



WALIKOTA BANDUNG

PERATURAN WALIKOTA BANDUNG

NOMOR 1015 TAHUN 2015

TENTANG

PERUBAHAN ATAS PERATURAN WALIKOTA BANDUNG NOMOR 213 TAHUN 2012 TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME

WALIKOTA BANDUNG,

- Menimbang:
- a. bahwa Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame telah ditetapkan dengan Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012, namun demikian terdapat substansi yang perlu dilakukan penyesuaian dengan peraturan perundang-undangan sehingga peraturan walikota termaksud perlu dilakukan perubahan;
 - b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Walikota Bandung tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberap kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
 2. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah;
 3. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame;
 4. Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame;

MEMUTUSKAN ...

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: PERATURAN WALIKOTA TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN WALIKOTA BANDUNG NOMOR 213 TAHUN 2012 TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME.

Pasal I

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame diubah sebagai berikut:

1. Ketentuan Pasal 1 ditambah 1 (satu) angka yaitu angka 42 sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 1

Dalam Peraturan ini, yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Bandung.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Bandung.
3. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disingkat DPRD adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bandung.
4. Walikota adalah Walikota Bandung.
5. Pejabat yang ditunjuk adalah pejabat di lingkungan Pemerintah Daerah yang berwenang di bidang penyelenggaraan reklame dan mendapat pendelegasian wewenang dari Walikota.
6. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk, corak ragamnya untuk tujuan komersil dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa, atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah/Pemerintah Daerah.
7. Penyelenggara Reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan/atas namanya sendiri dan/atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

8. Titik Reklame

8. Titik Reklame adalah tempat di mana bidang reklame didirikan dan/atau ditempatkan.
9. Peletakan reklame adalah tempat tertentu dimana titik reklame ditempatkan baik di dalam maupun di luar ruangan.
10. Pola penyebaran peletakan reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk peletakan reklame.
11. Sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh pemerintah daerah, yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
12. Di luar sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang status kepemilikannya perseorangan atau badan yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana kota.
13. Di atas bangunan adalah titik reklame yang ditempatkan di atas bangunan/gedung.
14. Menempel pada bangunan/bangun-bangunan adalah titik reklame yang menempel/menyatu pada bangunan, baik mempergunakan konstruksi maupun tidak.
15. Halaman adalah bagian ruang terbuka yang terdapat di dalam persil.
16. Bahu jalan/berm adalah batas antara perkerasan jalan dengan saluran dan/atau pagar halaman.
17. Median adalah suatu pemisah fisik jalur lalu lintas yang berfungsi untuk menghilangkan konflik lalu lintas dari arah yang berlawanan, sehingga pada gilirannya akan meningkatkan keselamatan lalu lintas.
18. Tinggi Reklame adalah jarak antara ambang paling bawah bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan konstruksi reklame.
19. Ketinggian Reklame adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi reklame.

20. Panggung Reklame adalah sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur dengan baik dalam suatu komposisi yang estetis, baik dari segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang kota beserta lingkungan sekitarnya.
21. Gambar Rencana Teknis Bangun Bangunan yang selanjutnya disingkat gambar RTBB adalah gambar rencana teknis bangun bangunan reklame megatron, videotron, *light emitting diode* dan papan atau *billboard* termasuk jenis reklame lainnya yang pemasangannya memerlukan konstruksi dan menjelaskan identitas reklame secara teknis mengenai peletakan, ukuran, bentuk, ketinggian, estetika dan serasi dengan lingkungan sekitarnya.
22. Reklame papan atau billboard adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, *collibrite*, *vynil* termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan termasuk yang digambar pada bangunan, halaman, di bahu jalan/berm, median jalan, bando jalan, jembatan penyebrangan orang (JPO), dan titik lokasi yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Walikota.
23. Reklame Megatron, Videotron, *Light Emitting Diode* (LED) adalah reklame yang menggunakan layar monitor berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.
24. Reklame Layar adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu, seperti bandir, umbul-umbul, dan spanduk.
25. Reklame melekat (sticker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.

26. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
27. Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempelkan pada kendaraan.
28. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon gas atau alat lain yang sejenis.
29. Reklame *slide* atau reklame film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan lain yang diproyeksikan dan/atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan/atau diperagakan melalui pesawat televisi.
30. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
31. Reklame Teks Berjalan adalah jenis reklame yang menayangkan naskah dan diatur secara elektronik.
32. Reklame Graffiti (*Graffity*) adalah reklame yang berupa tulisan atau gambar atau lukisan yang dibuat pada dinding bangunan, dengan menggunakan cat.
33. Reklame Mural adalah reklame yang berupa gambar atau lukisan seperti lokasi tertentu yang dibuat pada dinding dan atau pada bagian lain dari bangunan, baik bangunan kepemilikan pribadi, badan hukum maupun komersil, dengan menggunakan cat.
34. Reklame *Neon Box* adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan konstruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan didalamnya dan memiliki rancangan atau design khusus dengan mengedepankan aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai asesoris kota.

35. Kawasan adalah ruang jalur jalan dan/atau persil yang dapat ditempatkan untuk peletakan titik reklame.
36. Titik Strategis Penyelenggaraan Reklame adalah titik atau lokasi di mana reklame ditempatkan yang mempunyai sudut pandang, kepadatan lalu lintas dan nilai jual yang lebih baik bila dibandingkan dengan titik atau lokasi biasa.
37. Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame adalah suatu nilai yang berdasarkan atas peletakan titik reklame di dalam dan di luar prasarana dan sarana kota pada fungsi kawasan, fungsi ruang, fungsi jalan, sudut pandang dan harga jual pasar, ketinggian dan luas bidang reklamennya yang pemanfaatannya diperoleh Pemerintah Daerah.
38. Nilai Jual Objek Reklame, yang selanjutnya disingkat NJOR, adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggaraan reklame.
39. Lokasi Konservasi adalah tempat pengelolaan sumber daya alam baik yang dapat diperbaharui maupun tidak dapat diperbaharui dimana pemanfaatannya dilakukan secara bijaksana untuk menjamin kesinambungan ketersediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas lingkungan.
40. Lokasi preservasi adalah tempat untuk melakukan pelestarian hal-hal yang langka dan juga usaha meningkatkan daya dukung lingkungan.
41. Tim Teknis adalah kelompok kerja yang terdiri dari unsur-unsur SKPD yang mempunyai kewenangan untuk memberikan saran dan rekomendasi mengenai sesuatu perizinan kepada Kepala SKPD dan Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu.
42. Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan, dan/atau memproduksi Produk Tembakau.

2. Ketentuan Pasal 5 ditambah 1 (satu) ayat yakni ayat (2) sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 5

(1) Titik-titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota, adalah titik reklame yang ditempatkan pada:

- a. Bahu jalan/berm jalan, median jalan, jembatan dan jalan layang;
- b. Shelter;
- c. Jembatan Penyeberangan Orang (JPO);
- d. Bando Jalan;
- e. Pos jaga polisi/pos gatur;
- f. Jam Kota;
- g. Terminal dan Pangkalan Angkutan;
- h. Gelanggang/Gedung Olah Raga;
- i. Pasar; dan
- j. Ditempat/ruang yang telah disediakan oleh Pemerintah Daerah.

(2) Penempatan pada median jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dengan ketentuan lebar median jalan paling sedikit 5 meter.

3. Ketentuan Pasal 7 ditambah 1 (satu) huruf yakni huruf f sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 7

Penempatan dan pemasangan reklame harus berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. tidak mengganggu atau membahayakan pejalan kaki, pengendara atau pengguna jalan yang lain, seperti:
 1. konstruksi yang tepat, kuat dan tidak membahayakan;
 2. struktur yang permanen;
 3. tidak melintang jalan, kecuali yang terpasang pada jembatan dan/atau Bando Jalan;
 4. untuk reklame yang terpancang pada persil, proyeksi bidang reklame tidak melewati batas persil dan/atau pagar;
 5. untuk reklame yang terpancang pada berm atau median jalan, proyeksi bidang reklame tidak melewati batas berm atau median jalan;

6. tidak ...

6. tidak rancu dan tidak menghalangi rambu-rambu lalu lintas dar. Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas (APILL);
 7. pencahayaan tidak menyilaukan pengendara dan pengguna jalan; dan
 8. efektif dalam menyampaikan informasi.
- b. tidak mengganggu keindahan visual wajah kota seperti:
1. tidak menghalangi/menutupi/merusak bangunan-bangunan khusus, diantaranya yang mempunyai arsitektur baik bangunan bersejarah, bangunan yang dilestarikan dan lain-lain);
 2. terintegrasi dengan ukuran yang layak dan proposional sesuai kawasannya/lingkungannya.
- c. tidak merusak lingkungan alami yang sudah ada seperti:
1. tidak menempel dengan cara dipaku di pohon, tidak menebang pohon, dipasang ditiang listrik, tiang telepon, tiang lampu Penerangan Jalan Umum, rambu lalu lintas dan lampu *Traffic Light*,
 2. tidak menghalangi pandangan, sinar matahari dan udara segar.
- d. tidak mengorbankan kepentingan umum dan utilitas umum;
- e. naskah dan gambar reklame tidak mengganggu ketertiban umum, tidak melanggar norma kesusilaan dan norma kesopanan;
- f. terhadap naskah iklan rokok, berlaku ketentuan sebagai berikut:
1. penempatan dan pemasangan naskah iklan rokok tidak diperbolehkan pada kelas jalan arteri primer (jalan nasional) arteri sekunder (jalan Propinsi) dan jalan tol;
 2. tidak diletakan di Kawasan Tanpa Rokok;
 3. radius larangan iklan rokok 100 meter dari batas terluar persil;
 4. tidak diletakan di Kawasan Tanpa Penyelenggaraan Reklame (Kawasan Bebas);

5. reklame naskah rokok harus diletakan sejajar dengan bahu jalan dan tidak boleh memotong jalan atau melintang dengan ukuran paling besar 2 (empat) meter x 3 (delapan) meter serta mendapat izin dari Walikota;
4. Ketentuan Pasal 9 ayat (2) huruf b, ditambah 1 (satu) angka yakni angka 3, sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 9

- (1) Ketentuan peletakan reklame adalah:
 - a. reklame yang diijinkan meliputi produk, jasa, komersial dan sosial;
 - b. reklame layar diperbolehkan pada lokasi yang sudah ditentukan.
- (2) Ketentuan Penempatan Reklame yang diperbolehkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, adalah:
 - a. pada halaman hanya diperbolehkan pada satu titik penempatan konstruksi reklame, kecuali yang ada dilahan perkantoran dan/atau perdagangan;
 - b. pada bangunan:
 1. ukuran maksimal proyeksi reklame pada muka (*fasade*) bangunan adalah 50% (lima puluh persen) dari luas keseluruhan muka (*fasade*) bangunan;
 2. menempel/menggantung atau dipancang pada bangunan/bangun-bangunan;
 3. ukuran maksimal reklame di bangunan Pos Gatur maksimal 60 cm x keliling bangunan.
 - c. pada atap dengan tinggi konstruksi paling tinggi 10 (sepuluh) meter untuk umum dan 5 (lima) meter untuk kawasan selektif dari atap bangunan/bangun-bangunan.

Pasal II

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang dapat mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Bandung.

Ditetapkan di Bandung
pada tanggal 22 Oktober 2015
WALIKOTA BANDUNG,

TTD.


MOCHAMAD RIDWAN KAMIL

Diundangkan di Bandung
pada tanggal 22 Oktober 2015
SEKRETARIS DAERAH KOTA BANDUNG,

TTD.

YOSSI IRIANTO

BERITA DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2015 NOMOR 33

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPANTAUAN HUKUM DAN HAM,

Dr. ARIEF SYAIFUDIN, SH
Pembina Tingkat I
NIP.19690111 199603 1 002