

**BERITA DAERAH
KOTA BEKASI**



NOMOR : 62

2017

SERI : E

**PERATURAN WALI KOTA BEKASI
NOMOR 62 TAHUN 2017**

TENTANG

**PENATAAN REKLAME DI 15 (LIMA BELAS) JALAN UTAMA DI KOTA
BEKASI**

WALI KOTA BEKASI,

- Menimbang : a. bahwa kebutuhan media promosi fisik berupa spanduk, baligo, papan iklan yang sangat tinggi, memunculkan kejenuhan dan penurunan efektifitas penyampaian pesan melalui papan iklan, banner maupun *billboard* serta sudah memasuki katagori polusi visual;
- b. bahwa diperlukan petunjuk pelaksanaan penyelenggaraan Reklame;
- c. bahwa berdasarkan Pasal 145 Peraturan Daerah Nomor 05 Tahun 2016 tentang Rencana Detail Tata Ruang, perlu pengaturan penataan Reklame lebih lanjut;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Penataan Reklame di 15 (Lima Belas) Jalan Utama di Kota Bekasi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1996 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Bekasi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 111, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3663);
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);

3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);
4. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4247);
5. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4355);
6. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 132);
7. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 68);
8. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 96, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5025);
9. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049);
10. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2014 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);

11. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 292, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5601);
12. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 11 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6018);
13. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2000 tentang Usaha dan Peran Masyarakat Jasa Konstruksi sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2010 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5092);
14. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Jasa Konstruksi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 64 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3956) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2010 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 95);
15. Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Pembinaan Jasa Konstruksi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 65, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3957);
16. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4578);
17. Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 86, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4655);
18. Peraturan Pemerintah Nomor 91 Tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah yang Dipungut Berdasarkan Penetapan Kepala Daerah atau Dibayar Sendiri oleh Wajib Pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 153, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5179);

19. Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 278, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5380);
20. Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Barang Milik Negara/Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 92, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5533);
21. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036);
22. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 10 Tahun 2011 tentang Ketentuan, Kebersihan dan Keindahan (Lembaran Daerah Kota Bekasi Tahun 2010 Nomor 10 Seri E);
23. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 13 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bekasi 2011-2031 (Lembaran Daerah Kota Bekasi Tahun 2011 Nomor 1, Tambahan Lembaran Daerah Kota Bekasi Nomor 1);
24. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Tahun 2012 Nomor 14 Seri B), sebagaimana telah diubah dengan, Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 15 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bekasi nomor 14 tahun 2012 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Tahun 2013 Nomor 15 Seri B);
25. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 05 Tahun 2016 tentang Rencana Detail1 Tata Ruang Kota Bekasi 2015-2035 (Lembaran Daerah Kota Bekasi Tahun 2016 Nomor 5 Seri D);
26. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 04 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan dan Retribusi Izin Mendirikan Bangunan (Lembaran Daerah Kota Bekasi Tahun 2017 Nomor 4 Seri C).

- Memperhatikan : 1. Peraturan Wali Kota Bekasi Nomor 32 Tahun 2016 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian Jalan Kota (Berita Daerah Kota Bekasi Tahun 2016 Nomor 32 Seri E);
2. Berita Acara Pembahasan Peraturan Wali Kota Bekasi tentang Penataan Reklame di 15 (lima belas) Jalan Utama di Kota Bekasi, Nomor : 510.12/1517.a/Dinas PUPR.4 tanggal 11 September 2017.

MEMUTUSKAN :

Memperhatikan : PERATURAN WALI KOTA TENTANG PENATAAN REKLAME DI 15 (LIMA BELAS) JALAN UTAMA DI KOTA BEKASI.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah Kota adalah Daerah Kota Bekasi.
2. Pemerintah Daerah Kota adalah Wali Kota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Wali Kota adalah Wali Kota Bekasi.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Wali Kota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah.
5. Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik dan Persandian Kota Bekasi yang selanjutnya disebut Diskominfo adalah Dinas Komunikasi, Informasi Statistik dan Persandian Kota Bekasi.
6. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang yang selanjutnya disingkat DPUPR adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Bekasi.
7. Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah selanjutnya disingkat BPKAD adalah Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Bekasi.
8. Rencana Detail Tata Ruang Kota yang selanjutnya disingkat RDTR adalah penjabaran dari Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) ke dalam rencana pemanfaatan ruang kawasan dengan menetapkan blok-blok peruntukan pada kawasan fungsional yang dimuat dalam peta rencana berskala 1:5.000 atau lebih.
9. Zona adalah kawasan atau area yang memiliki fungsi dan karakteristik spesifik.

10. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.
11. Zona tanpa penyelenggaraan Reklame (*White Area*) adalah kawasan yang tidak diperkenankan untuk penyelenggaraan Reklame, hanya semata-mata nama pengenal usaha atau nama profesi, nama gedung atau identitas perusahaan termasuk logo yang beraktivitas di dalamnya dan Reklame komersial yang perletakkannya pada *halte/shelter* dan PJU.
12. Zona kendali ketat adalah kawasan untuk penyelenggaraan Reklame yang titik-titik lokasi dan ukuran media atau bidang Reklame dikendalikan secara ketat dengan batasan jumlah titik, bentuk maupun ukurannya.
13. Zona kendali sedang adalah kawasan untuk penyelenggaraan Reklame yang titik lokasi, bentuk dan ukuran media atau bidang Reklame dikendalikan secara sedang dengan batasan jumlah titik, bentuk maupun ukurannya.
14. Zona khusus adalah kawasan untuk penyelenggaraan Reklame di jalan Tol.
15. Zona premium untuk penyelenggaraan Reklame di zona premium, dengan jumlah titik, bentuk dan ukuran media atau bidang Reklame disesuaikan dengan ketentuan premium.
16. Pola persebaran perletakan Reklame adalah konfigurasi perletakan Reklame di ruang manfaat jalan, ruang milik jalan dan ruang pengawasan jalan yang tercermin dalam peta yang dijadikan sebagai pedoman atau acuan.
17. Izin mendirikan bangunan yang selanjutnya disingkat IMB adalah perizinan yang diberikan oleh Pemerintah Daerah kecuali untuk bangunan gedung fungsi khusus oleh Pemerintah, kepada pemilik bangunan untuk membangun baru, mengubah, memperluas, dan/atau merenovasi bangunan sesuai dengan persyaratan administratif dan persyaratan teknis yang berlaku.
18. Prasarana bangunan gedung adalah bangunan yang mempunyai fungsi utama sebagai utilitas atau prasarana bangunan gedung atau bangunan mandiri yang meliputi bangunan Menara/*Tower* telekomunikasi, bangunan Reklame (*Billboard*, Bando), bangunan jembatan penghubung, Tugu atau monumen, Gapura, *Shelter*, dll.
19. Bangunan Reklame adalah struktur bangunan yang diperuntukkan untuk penyelenggaraan reklame yang meliputi konstruksi, berikut media atau bidang Reklame yang dipikulnya dan segala sesuatu yang terinstalasi pada bangunan tersebut.
20. Konstruksi Reklame adalah satu kesatuan struktur yang dibuat dari jenis bahan tertentu yang dimaksudkan untuk membangun bangunan Reklame dalam suatu pengikat sebagai pemikul media atau bidang Reklame.
21. Reklame menempel bangunan adalah Reklame yang konstruksinya menempel dan/atau menyatu pada dinding bangunan.

22. Reklame di atas bangunan adalah Reklame yang konstruksinya terletak dan/atau menyatu pada atap bangunan.
23. Bahu jalan adalah suatu ruang jalan yang berada antara tepi konstruksi jalan dengan batas kepemilikan pada ruang milik jalan.
24. Median jalan adalah suatu ruang terbuka yang berada di antara dua ruas jalan.
25. *Halte* adalah tempat pemberhentian Kendaraan Bermotor Umum untuk menaikkan dan menurunkan penumpang.
26. Papan Informasi Kota adalah tempat penyampaian informasi kota yang berada di sisi kanan dan/atau kiri *halte* yang terdiri dari 2 (dua) sisi, satu sisi berisi informasi kota dan sisi lainnya dapat berisi reklame.
27. Penunjang kelengkapan kota adalah keseluruhan ornamen sarana dan prasarana kota.
28. Ornamen, Kota adalah komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan kota dan/atau kebutuhan kota lainnya sebagai pendukung kelengkapan kota.
29. Titik lokasi atau lokasi adalah tempat tertentu pemasangan Reklame dimana bidang Reklame didirikan/ditempatkan/ditempelkan.
30. Nilai titik lokasi premium adalah nilai strategis lokasi Reklame dengan ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan Reklame tersebut berdasarkan ketentuan.
31. Bidang Reklame adalah bagian atau muka Reklame yang dimanfaatkan guna tempat penyajian gambar atau kata dari pesan-pesan penyelenggaraan Reklame.
32. Tinggi Reklame Tunggal adalah ketinggian Reklame dari permukaan tanah terhadap ambang bawah bidang Reklame.
33. Ketinggian Reklame adalah tinggi Reklame dari permukaan tanah sampai ambang atas bidang Reklame.
34. Penyelenggara Reklame adalah orang/badan yang menyelenggarakan Reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggung jawabnya.
35. Prasarana bangunan gedung adalah bangunan yang mempunyai fungsi utama sebagai utilitas atau prasarana bangunan gedung atau bangunan mandiri yang meliputi bangunan menara/*Tower* telekomunikasi, bangunan Reklame (*billboard*, bando), bangunan jembatan penghubung, Tugu atau Monumen, Gapura, *shelter*, dan lain-lain.
36. Reklame elektronik/digital adalah Reklame yang menggunakan layar monitor yang digerakkan secara terprogram melalui sistem yang menyajikan program Reklame atau visual baik berupa film dan/atau gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah dan/atau bergerak serta difungsikan dengan tenaga listrik.

37. Reklame *Megatron/Videotron/Large Electronic Display* (LED) adalah Reklame yang menggunakan layar monitor besar dengan teknologi yang menyajikan program Reklame atau visual iklan dalam bentuk video, gambar dan/atau tulisan yang dapat bergerak dan berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik dan/atau sumber tenaga lainnya yang sejenis.
38. Reklame papan/*billboard* adalah reklame yang terbuat dari bahan metal, papan kayu, *callibrate*, *vynil* termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang pada bangunan/konstruksi Reklame yang secara khusus dibangun dan diperuntukkan bagi pemasangan dan penayangan Reklame.
39. Reklame *pylon* adalah Reklame yang terbuat dari bahan metal, *acrylic*, *vynil*, plastik dengan metode pencahayaan dari dalam (*backlighting*) atau media elektronik/LED yang hanya semata-mata nama pengenal usaha atau nama profesi, nama geduig atau identitas perusahaan termasuk logo, yang beraktivitas di dalamnya.
40. Reklame Kain adalah Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
41. Reklame melekat (stiker) adalah Reklame yang berbentuk lembaran stiker, diselenggarakan dengan cara dilekatkan pada bidang Reklame atau bidang bangunan.
42. Reklame Udara adalah Reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
43. Reklame Graffiti adalah Reklame yang diselenggarakan dalam bentuk coretan-coretan yang bernuansa seni (*art*) dengan menggunakan komposisi warna, garis dan bentuk untuk menginformasikan atau mempromosikan suatu produk barang atau jasa, yang diselenggarakan pada dinding atau bidang bangunan.
44. Reklame Laser adalah Reklame yang diselenggarakan melalui alat yang memancarkan radiasi elektromagnetik, baik dalam bentuk cahaya maupun bentuk lainnya yang sejenis yang dapat dilihat oleh umum.
45. Reklame Apung adalah Reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung di permukaan air.
46. Reklame Gapura adalah suatu bangunan yang melintang pada suatu ruas jalan tertentu di dalam sarana dan prasarana kota yang bangunannya dimaksudkan untuk menginformasikan lokasi kawasan wisata kuliner dan sebagian dipakai untuk penyelenggaraan Reklame.
47. Reklame umbul-umbul adalah Reklame yang terbuat dari bahan kain, kertas, plastik menggunakan tiang terbuat dari kayu atau bambu, dipasang secara vertikal.
48. Reklame Spanduk adalah Reklame yang terbuat dari bahan kain, kertas, plastik dan dipasang secara membentang.
49. Reklame Baligo adalah Reklame yang terbuat dari bahan kain, kertas, plastik yang menggunakan tiang terbuat dari bambu.

50. Zona adalah pembagian suatu area berdasarkan pertimbangan teknis, strategis dan ekonomi.
51. Kompensasi adalah imbalan yang diberikan oleh Pemerintah Daerah kepada Penyelenggara Reklame yang membiayai pembangunan/renovasi sarana prasarana kota dan penunjang kelengkapan kota dalam bentuk penyelenggaraan reklame sesuai dengan perjanjian kerja sama antara Pemerintah dengan Penyelenggara Reklame.

BAB II MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 2

- (1) Peraturan Wali Kota ini dimaksudkan sebagai pedoman atau acuan untuk pengendalian penyelenggaraan Reklame yang berlandaskan kemanfaatan, keselamatan, ketertiban umum, keamanan, keagamaan, kesopanan, kesehatan, kesusilaan, keindahan lingkungan, kepatuhan dan kepastian hukum serta menjaga ruang kota tetap berkualitas sesuai dengan rencana kota.
- (2) Peraturan Wali Kota ini bertujuan:
 - a. mewujudkan ketertiban dan keindahan ruang kota;
 - b. mengoptimalkan penerimaan daerah; dan
 - c. menjamin adanya kepastian hukum dalam penyelenggaraan reklame.
- (3) Peraturan Wali Kota ini bertujuan menata Reklame di ruas jalan :
 - a. A. Yani;
 - b. Chairil Anwar;
 - c. Sultan Agung
 - d. Ir. H. Juanda;
 - e. Cut Meutia;
 - f. Jend. Sudirman;
 - g. Hasibuan;
 - h. Siliwangi-Narogong;
 - i. H. Jole;
 - j. Raya Caman;
 - k. Pondok Gede;
 - l. Hankam Raya-Kranggan;
 - m. Jatiwaringin;
 - n. Transyogi;
 - o. KH. Noer Ali;
 - p. I.G.Ngurah Rai;
 - q. Joyo Martono;
 - r. Underpass-Bella.

Pasal 3

- (1) Dalam rangka mewujudkan tujuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2), pelayanan penyelenggaraan Reklame didasarkan pada prinsip-prinsip sebagai berikut :
 - a. transportasi;
 - b. akuntabel;
 - c. seimbang;
 - d. keamanan dan keselamatan; dan
 - e. kepastian hukum.
- (2) Transportasi sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf a, bahwa penyelenggara Reklame dilaksanakan secara terbuka kepada masyarakat untuk memperoleh data dan informasi yang benar, jelas dan jujur.
- (3) Akuntabel sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf b, bahwa penyelenggaraan Reklame harus dapat dipertanggungjawabkan.
- (4) Seimbang sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf c, bahwa penyelenggaraan Reklame dilaksanakan atas dasar keseimbangan antara kebutuhan ruang publik untuk pemanfaatan Reklame dengan penerimaan daerah.
- (5) Keamanan dan keselamatan sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf d, bahwa pelayanan dalam penyelenggara Reklame harus memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada masyarakat.
- (6) Kepastian hukum sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf e, bahwa pelayanan dalam penyelenggaraan Reklame harus mentaati ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB III ETIKA PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 4

- (1) Setiap penyelenggaraan Reklame dalam sarana dan prasarana kota, harus mematuhi ketentuan dalam Peraturan Wali Kota ini, termasuk :
 - a. pola penyebaran dan batasan teknis yang ditetapkan;
 - b. norma etika, estetika, keagamaan, keindahan, kesopanan, ketertiban umum, kesehatan, kesusilaan, keamanan dan lingkungan; dan
 - c. penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar pada Reklame.
- (2) Setiap penyelenggaraan Reklame baru dapat diselenggarakan atau dipasang setelah memiliki perizinan dan membayar kewajiban pajak daerah, retribusi daerah sebagaimana ketentuan yang berlaku.

BAB IV JENIS REKLAME

Pasal 5

- (1) Jenis Reklame meliputi :
 - a. Reklame *billboard*/papan, termasuk neon box, neon *sign* Reklame Gapura, *standing banner*, Reklame *graffiti*, Reklame deret dan sejenisnya;
 - b. Reklame elektronik/digital (Light Emitting Diode/LED). meliputi Reklame megatron, videotron, large electronic display. running teks, termasuk reklame dengan menggunakan teknologi modern yang dapat menghasilkan cahaya;
 - c. Reklame kain seperti umbul-umbul dan spanduk;
 - d. Reklame melekat (stiker);
 - e. Reklame udara;
 - f. Reklame apung;
 - g. Reklame grafiti; dan
 - h. jenis Reklame lainnya sesuai perkembangan teknologi periklanan luar ruang dalam industri periklanan luar ruang.
- (2) Rancang bangun Reklame meliputi ukuran (dimensi), konstruksi dan penyajian;
- (3) Bidang dan konstruksi Reklame tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Pasal 6

Zona untuk penyelenggaraan jenis Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1), pemanfaatannya berpedoman pada RDTR Kota Bekasi.

BAB V PERENCANAAN

Bagian Kesatu Zona Penyelenggaraan Reklame

Pasal 7

- Kawasan penyelenggaraan Reklame, terdiri dari :
- a. zona tanpa penyelenggaraan Reklame (*White Area*);
 - b. zona kendali ketat;
 - c. zona kendali sedang;
 - d. zona khusus; dan
 - e. zona premium.

Pasal 8

- (1) Zona tanpa media Reklame (*White Area*) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf a, merupakan kawasan yang dimiliki oleh pemerintah atau pemerintah daerah serta kawasan pendidikan, kesehatan dan peribadatan, kecuali di kawasan Stadion Patriot Candrabaga diizinkan Reklame insidentil.
- (2) Didalam prasarana dan sarana kota Reklame yang diperbolehkan hanya banner yang dipasang pada penerangan jalan umum (PJU).
- (3) Didalam prasarana dan sarana kota diizinkan pemasangan Reklame dengan ketentuan bukan bangunan pemerintah.

Pasal 9

Zona kendali ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf b, merupakan kawasan dengan ketentuan perletakan titik Reklame didalam prasarana dan sarana kota, pada dinding bangunan, di atas bangunan dan di halaman:

- a. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/ digital, papan/*billboard*, *neon box* dan *neon sign*;
- b. penyelenggaraan Reklame papan/*billboard*, *neon box* atau *neon sign*, hanya menyajikan nama gedung, pengenalan usaha, profesi dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;
- c. penyelenggaraan Reklame elektronik/digital selain menyajikan Reklame nama gedung, pengenalan usaha, profesi, identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud, dapat menyelenggarakan Reklame komersial lainnya;
- d. media *pylon sign* atau sejenisnya dapat diselenggarakan di halaman, harus terbuat dari *neon box* dan/atau *neon sign* menggunakan pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dan hanya menyajikan nama gedung, pengenalan usaha, profesi dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;
- e. penyelenggaraan Reklame pada bangunan jembatan penyeberangan orang (JPO), *halte/shelter*, jembatan penyeberangan multiguna (JPM), *flyover* dan *underpass*, menggunakan reklame elektronik, digital dan/atau Reklame papan/*billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*); dan
- f. penyelenggaraan Reklame pada pos polisi tidak diperbolehkan;
- g. batasan teknis penyelenggaraan Reklame sesuai dengan yang ditetapkan.

Pasal 10

Zona kendali sedang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf c, merupakan kawasan dengan kriteria :

- a. pengendalian sedang, perletakan titik Reklame pada didalam prasarana dan sarana kota, dinding bangunan, di atas bangunan dan di halaman;

- b. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/digital, papan, *billboard*, *neon box* dan *neon sign*;
- c. penyelenggaraan Reklame elektronik/digital selain menyajikan eklame nama gedung, pengenal usaha, profesi, identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud, dapat menyelenggarakan Reklame komersial lainnya;
- d. penyelenggaraan Reklame papan/*billboard* dapat dilakukan di halaman dengan ukuran luas sesuai ketentuan;
- e. media pylon atau sejenisnya dapat diselenggarakan di halaman, harus terbuat dari *neon box* dan/atau *neon sign* menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dan hanya menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;
- f. penyelenggaraan Reklame pada bangunan jembatan penyeberangan orang (JPO), *halte/shelter*, jembatan penyeberangan multiguna (JPM), *fly over* dan *underpass*, menggunakan reklame elektronik/ digital dan/atau reklame papan/*billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*); dan
- g. penyelenggaraan Reklame pada pos polisi tidak diperbolehkan;
- h. batasan teknis penyelenggaraan Reklame sesuai dengan batasan teknis yang ditetapkan.

Pasal 11

Zona khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf d, merupakan kawasan dengan kriteria :

- a. pengendalian khusus perletakan titik Reklame di jalan tol;
- b. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/ digital, papan, *billboard*, *neon box* dan *neon sign*; dan
- c. batasan teknis penyelenggaraan reklame sesuai dengan batasan teknis yang ditetapkan.

Pasal 12

Zona premium sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf e, merupakan kawasan dengan kriteria :

- a. pengendalian premium, perletakan titik Reklame didalam prasarana dan sarana kota, pada dinding bangunan, di atas bangunan dan di halaman;
- b. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/ digital, papan, *billboard*, *neon box* dan *neon sign*; dan
- c. batasan teknis penyelenggaraan reklame sesuai dengan batasan teknis yang ditetapkan.

Bagian Kedua Penyebaran Reklame

Pasal 13

Penyebaran titik Reklame pada kawasan penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, terdiri dari:

- a. di dalam sarana dan prasarana kota; dan
- b. di luar sarana dan prasarana kota.

Pasal 14

- (1) Perletakan Reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf a, ditempatkan pada :
 - a. jembatan penyeberangan orang;
 - b. underpass;
 - c. fly over;
 - d. taman;
 - e. bahu jalan;
 - f. *halte/shelter*;
 - g. gerbang tol.
- (2) Perletakan Reklame di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud ditempatkan pada dalam Pasal 13 huruf b, dapat ditempatkan di :
 - a. halaman;
 - b. pada bangunan; dan
 - c. atas bangunan.
- (3) Titik-titik lokasi Reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota berdasarkan rekomendasi Tim Teknis.

Bagian Ke tiga Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame di Dalam Sarana dan Prasarana Kota

Pasal 15

- (1) Batasan teknis penyelenggaraan Reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf a, huruf b, dan huruf c, sebagai berikut :
 - a. menggunakan Reklame *billboard*, Reklame *billboard backlight* atau Reklame elektronik/digital dengan intensitas pencahayaan tertentu yang tidak menyilaukan mata dengan pengaturan siang dan malam;
 - b. diselenggarakan menyatu/terintegrasi dengan rancang bangun bangunan tersebut; dan
 - c. seluruh bidang rangka harus tertutup.

- (2) Batasan teknis penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf d, sebagai berikut :
 - a. tayangan Reklame dengan syarat pesan atau informasi disampaikan terkait dengan program pemerintah dan/atau pemberdayaan masyarakat atau tidak bersifat komersial;
 - b. penempatan Reklame nama dan/atau logo perusahaan dengan ukuran luas maksimal 0,25 m² (nol koma dua puluh lima meter persegi) pada lokasi taman yang merupakan sumbangan perusahaan pada masyarakat.
- (3) Batasan teknis penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf e, sebagai berikut:
 - a. penyelenggaraan Reklame hanya pada titik yang ditentukan;
 - b. tayangan Reklame pada jalur hijau dengan syarat pesan atau informasi disampaikan terkait dengan program pemerintah dan/atau pemberdayaan masyarakat atau tidak bersifat komersial.
- (4) Batasan teknis penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf f, sebagai berikut :
 - a. perletakan bidang Reklame di dalam halte; dan
 - b. perletakan bidang Reklame pada halte/shelter ditempatkan pada bagian dinding, bagian kiri dan/atau kanan halte, shelter yang merupakan satu kesatuan dengan papan informasi kota.
- (5) Batasan teknis penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf g, hanya berupa papan informasi jalan tol dan tidak bersifat komersil.

Bagian Keempat
Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame di
Luar Sarana dan Prasarana Kota

Pasal 16

Batasan teknis penyelenggaraan pada kawasan kendali ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf h, diatur sebagai berikut :

- a. Penyelenggaraan Reklame papan/*billboard* :
 1. penyajian Reklame hanya semata-mata memuat nama pengenal usaha atau profesi, nama gedung, termasuk identitas/logo dari nama pengenal usaha atau nama gedung yang beraktivitas di dalamnya;
 2. metoda pencahayaan dari dalam (*backlighting*);
 3. seluruh sisi bidang rangka yang terbuka selain bidang tempat penyajian Reklame, harus dibungkus/ ditutup;
 4. dapat diselenggarakan pada halaman, menempel pada bangunan dan di atas bangunan;
 5. diselenggarakan di halaman hanya berbentuk Reklame pylon;

6. diselenggarakan menempel pada dinding bangunan, dimensi Reklame diserasikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela) jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame transparan (*see through/ perforated*).
7. diselenggarakan diatas bangunan :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan dan penempatannya sejajar sisi panjang atas sisi lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame maksimal 7,80 m (tujuh koma delapan puluh meter) dari atas atap bangunan.
- b. Penyelenggaraan Reklame elektronik/digital :
 1. penyajian Reklame memuat nama pengenalan usaha atau profesi nama gedung termasuk identitas/logo dan/atau reklame komersial lainnya;
 2. dapat diselenggarakan pada halaman, menempel pada bangunan dan di atas bangunan;
 3. diselenggarakan di halaman hanya berbentuk Reklame pylon;
 4. diselenggarakan menempel pada dinding bangunan dan dimensi Reklame diserasikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela), jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis reklame elektronik/*LED* transparan (*see through display/ perforated*).
 5. diselenggarakan di atas bangunan :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) ketinggian Reklame maksimal 7,80 m (tujuh koma delapan puluh meter) dari alas atap bangunan.

Pasal 17

Batasan teknis penyelenggaraan Reklame pada kawasan kendali sedang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 huruf h, diatur sebagai berikut :

- a. penyelenggaraan Reklame papan/*billboard* :
 1. dapat diselenggarakan di halaman, menempel pada bangunan dan diatas bangunan gedung;
 2. metoda pencahayaan dari dalam (*backlighting*);
 3. seluruh sisi bidang rangka yang terbuka selain dibungkus/ditutup;
 4. diselenggarakan di halaman dilakukan dengan ketentuan;

5. penyajian Reklame memuat nama pengenalan usaha atau profesi. Nama gedung termasuk identitas/logo dan/atau Reklame komersial lainnya;
 6. ketinggian Reklame maksimal 10,80 m (sepuluh koma delapan puluh meter);
 7. diselenggarakan pada dinding bangunan dengan dimensi Reklame disesuaikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung:
 - a) ukuran bidang Reklame 1 (satu) meter dan tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela) jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame transparan (*see through/perforated*).
 8. diselenggarakan di atas bangunan gedung :
 - a) ukuran bidang Reklame, tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) Ketinggian Reklame maksimal 7,80 m (tujuh koma delapan puluh meter) dari atas atap bangunan.
- b. penyelenggaraan Reklame elektronik/digital :
1. penyajian Reklame memuat nama pengenalan usaha atau profesi. Nama gedung termasuk identitas/logo dan/atau Reklame komersial lainnya;
 2. dapat diselenggarakan pada halaman, menempel pada bangunan dan di atas bangunan;
 3. diselenggarakan di halaman dilakukan dengan ketentuan :
 - a) ukuran luas bidang Reklame maksimal 2,625 m² (dua koma enam ratus dua puluh lima meter persegi); dan
 - b) ketinggian Reklame maksimal 3,8 (tiga koma delapan) meter.
 4. diselenggarakan pada dinding bangunan dengan dimensi Reklame disesuaikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan ; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela), jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame elektronik/LED transparan (*see through display/perforated*).
 5. diselenggarakan di atas bangunan :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame maksimal 7,8 m (tujuh koma delapan meter) dari atas atap bangunan.

Pasal 18

Batasan teknis penyelenggaraan Reklame di zona khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf d, diatur sebagai berikut:

- a. penyelenggaraan Reklame papan/*billboard*;
- b. perletakan titik Reklame dan bidang Reklame mengikuti ketentuan/peraturan jalan tol;
- c. penyelenggaraan Reklame di kawasan khusus yang bersinggungan dengan kawasan kendali ketat harus mengikuti batasan teknis penyelenggaraan Reklame pada kawasan kendali ketat.

Pasal 19

Batasan teknis zona tanpa penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf a, merupakan kawasan yang tidak diperkenankan untuk penyelenggaraan Reklame, kecuali penyelenggaraan yang semata-mata hanya memuat nama atau logo perusahaan sebagai identitas perusahaan atau gedung yang beraktivitas di gedung tersebut.

Pasal 20

IMB diperuntukkan bagi penyelenggaraan Reklame di dalam dan di luar sarana dan prasarana kota, meliputi :

- a. reklame papan/*billboard* dengan ukuran luas media atau bidang reklame lebih dari 20 m² (dua puluh meter persegi); dan
- b. reklame elektronik/digital dengan ukuran luas media atau bidang lebih dari 10 m² (sepuluh meter persegi); dan
- c. ketinggian minimal 6 m (enam meter).

Bagian Kelima Rancangan Bangun Reklame

Pasal 21

- (1) Setiap penyelenggaraan Reklame papan/*billboard* dan Reklame elektronik/digital harus memperhatikan rancang bangun Reklame, meliputi :
 - a. ukuran (dimensi);
 - b. konstruksi;
 - c. kriteria konstruksi;
 - d. penyajian; dan
 - e. keamanan pengendara (*road safety*).
- (2) Rancang bangun Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib memenuhi estetika dan peraturan teknis yang berlaku.

BAB VI
PEMANFAATAN TITIK REKLAME

Bagian Kesatu
Pemanfaatan Titik Reklame di dalam Sarana dan
Prasarana Kota

Paragraf 1
Pelelangan Pemanfaatan Titik Reklame

Pasal 22

- (1) Setiap pemanfaatan titik Reklame di dalam sarana dan prasarana kota, diperoleh melalui pelelangan.
- (2) Pelaksanaan pelelangan pemanfaatan titik Reklame pada tanah, aset milik Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh BPKAD.
- (3) Pemanfaatan titik Reklame melalui pelelangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sewa titik Reklame.

Pasal 23

- (1) Jangka waktu pemanfaatan titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22, mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Setelah jangka waktu pemanfaatan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berakhir, pemanfaatan kembali titik Reklame tersebut harus dilakukan melalui pelelangan.

Pasal 24

Tata cara dan persyaratan pelelangan pemanfaatan titik Reklame sebagaimana, dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1), diatur dengan Peraturan Wali Kota.

Paragraf 2
Kerjasama Pemanfaatan Titik Reklame

Pasal 25

- (1) Pemanfaatan titik Reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1), dapat diperoleh melalui kerja sama.
- (2) Kerja sama pemanfaatan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan dalam bentuk kompensasi penyelenggaraan Reklame untuk membiayai pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan kota atau bidang transportasi publik atau kegiatan pembangunan lain yang diizinkan oleh pemerintah daerah.

- (3) Kerja sama pemanfaatan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2), berdasarkan prinsip-prinsip, sebagai berikut :
 - a. tidak merugikan pemerintah daerah;
 - b. pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan kota atau bidang transportasi publik atau kegiatan pembangunan lain, dilakukan hanya untuk kepentingan umum; dan
 - c. kerja sama memenuhi prinsip-prinsip sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (4) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan melalui :
 - a. penawaran dari pemerintah daerah kepada penyelenggara Reklame; dan
 - b. usulan kerja sama dari penyelenggara Reklame.

Pasal 26

Dalam hal kerja sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (4) huruf a, diminati lebih dari 1 (satu) penyelenggara, maka penawaran kerja sama dilakukan melalui pelelangan.

Pasal 27

- (1) Kerja sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (4) huruf b, dilakukan dengan mengajukan permohonan tertulis kepada Wali Kota yang dilengkapi dengan proposal kerja sama.
- (2) Wali Kota sebelum mengambil persetujuan permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terlebih dahulu meminta pemohon untuk memaparkan proposal yang diajukan.
- (3) Kerja sama dalam pemanfaatan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tertuang dalam siklus anggaran.
- (4) Wali Kota dapat menolak atau menyetujui permohonan kerja sama yang diajukan oleh pemohon.
- (5) Apabila permohonan pemohon ditolak, maka disampaikan penolakan secara tertulis dari Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.

Pasal 28

- (1) Terhadap permohonan yang disetujui, selanjutnya ditindaklanjuti pelaksanaan kerja sama pemanfaatan titik reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (4) huruf a dan Pasal 27 ayat (1), antara Wali Kota atau kepala BPKAD.
- (2) Perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat paling sedikit memuat :
 - a. pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian;
 - b. lokasi, jenis Reklame, jumlah titik Reklame dan ukuran Reklame;
 - c. biaya dan jangka waktu pelaksanaan pembangunan sebagaimana dimaksud pada huruf b;
 - d. hak dan kewajiban para pihak yang terkait dalam perjanjian; dan

- e. persyaratan lain yang dianggap perlu.
- (3) Pemberian titik Reklame dalam rangka kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), minimal sebanding atau setara antara nilai sewa titik Reklame dengan biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan kota atau kegiatan pembangunan lain oleh pihak pemohon.
 - (4) Penghitungan biaya pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan kota atau kegiatan pembangunan lain, dapat dilakukan oleh akuntan publik yang ditunjuk oleh Pemerintah Daerah dengan beban biaya ditanggung oleh pihak pemohon.

Paragraf Ketiga
Kerja Sama Tanpa Kompensasi Titik Reklame

Pasal 29

- (1) Pemerintah Daerah dalam hal tertentu dapat melakukan kerja sama pemberian hak penyelenggaraan Reklame pada titik-titik penyelenggaraan Reklame dalam sarana dan prasarana kota kepada penyelenggara Reklame tanpa dikompensasikan dengan harga sewa titik Reklame.
- (2) Kerja sama dengan pemberian hak penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan untuk membiayai pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan kota atau sarana transportasi publik atau kegiatan pembangunan lain dari pemerintah daerah.
- (3) Biaya pembangunan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), menjadi beban dan tanggung jawab penyelenggara Reklame.
- (4) Penghitungan biaya pembangunan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), dilakukan oleh akuntan publik yang ditunjuk Kepala BPKAD dengan biaya ditanggung penyelenggara Reklame.
- (5) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan melalui permohonan tertulis oleh penyelenggara Reklame dengan dilengkapi proposal kerja sama kepada Wali Kota.
- (6) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dituangkan dalam perjanjian kerja sama antara Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk dalam hal ini Kepala BPKAD.
- (7) Perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (5), paling sedikit memuat :
 - a. pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian;
 - b. nama dan lokasi kegiatan pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan kota atau kegiatan pembangunan lain dari Pemerintah Daerah;

- c. biaya dan jangka waktu pelaksanaan pembangunan sebagaimana dimaksud pada huruf b;
 - d. lokasi, jenis Reklame, jumlah titik reklame dan ukuran reklame;
 - e. hak dan kewajiban para pihak yang terkait dalam perjanjian; dan
 - f. persyaratan lain yang dianggap perlu.
- (8) Penandatanganan perjanjian kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (5), dilakukan oleh Kepala BPKAD dengan pihak penyelenggara Reklame.

Pasal 30

- (1) Jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat Pasal 29 ayat (7) huruf c, dihitung secara proporsional antara biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan atau renovasi dimaksud dengan harga sewa titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 ayat (3) pada tiap titik-titik Reklame.
- (2) Jangka waktu pemanfaatan titik Reklame karena kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terhitung sejak tanggal diterbitkannya IMB.
- (3) Setelah berakhirnya jangka waktu kerja sama, pemanfaatan kembali titik untuk penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan melalui pelelangan atau perpanjangan kerja sama penyelenggaraan Reklame.

Pasal 31

Dalam kerja sama penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30, penyelenggara Reklame tetap berkewajiban membayar harga sewa titik Reklame, pajak Reklame dan retribusi Reklame sesuai ketentuan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Reklame, pajak dan retribusi daerah.

Bagian Kedua Pemanfaatan Titik Reklame di Luar Sarana dan Prasarana Kota

Pasal 32

- (1) Penyelenggaraan Reklame di luar sarana dan prasarana kota terlebih dahulu harus mendapat persetujuan atau perjanjian sewa menyewa lokasi dari pihak pemilik lahan/bangunan gedung atau pihak pengelola kawasan khusus.
- (2) Persetujuan atau perjanjian sewa menyewa lokasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan persyaratan untuk pengajuan permohonan perizinan penyelenggaraan Reklame.

BAB VII REKLAME ELEKTRONIK/DIGITAL

Bagian Kesatu Alokasi Tayangan Informasi Program Pemerintah/ Pemerintah Daerah

Pasal 33

Setiap penyelenggara Reklame elektronik/digital dalam bentuk megatron/*videotron/LED*, wajib mengalokasikan tayangan untuk informasi program Pemerintah/ Pemerintah Daerah sebesar 10% (sepuluh persen) dari total durasi waktu tayang per hari.

Bagian Kedua Waktu dan Bahan Materi Penayangan

Pasal 34

- (1) Penayangan informasi program Pemerintah/Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36, diatur sebagai berikut :
 - a. bahan materi tayangan berupa visual dan/atau teks yang dibuat oleh Pemerintah/Pemerintah Daerah;
 - b. waktu tayang informasi program Pemerintah/ Pemerintah Daerah ditetapkan sebagai berikut :
 1. pagi hari pukul 06.00 sampai dengan 12.00, sebesar 10% (sepuluh persen) dari total jam tayang;
 2. siang hari pukul 12.00 sampai dengan 18.00, sebesar 10% (sepuluh persen) dari total jam tayang; dan
 3. malam hari pukul 18.00 sampai dengan 24.00, sebesar 10% (sepuluh persen) dari total jam tayang.
- (2) Bahan materi tayangan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a, dibuat oleh Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah/Pemerintah Daerah.
- (3) Bahan materi tayangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), terlebih dahulu dikonsultasikan dengan Diskominfo standi.
- (4) Bahan materi tayangan yang telah siap ditayangkan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), disampaikan oleh Perangkat Daerah kepada Diskominfo standi.
- (5) Kepala Diskominfo standi, melakukan koordinasi dengan penyelenggara Reklame untuk keperluan penayangan informasi program Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Bagian Ketiga
Integrasi Sistem Informasi

Pasal 35

- (1) Setiap penyelenggara media Reklame elektronik/ digital dengan ukuran luas media Reklame lebih dari 16 m² (enam belas meter persegi) harus mengintegrasikan sistem operasional tayangan dengan sistem informasi Pemerintah Daerah.
- (2) Pengintegrasian sistem operasional tayangan dengan sistem informasi Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat sebagai berikut:
 - a. sistem informasi Pemerintah Daerah yang diintegrasikan dengan sistem informasi milik penyelenggara media Reklame elektronik/digital berbasis web;
 - b. apabila penyelenggara media Reklame elektronik/ digital sudah memiliki sistem informasi, maka penyelenggara media Reklame wajib membuka interkoneksi akses data dan informasi media Reklame; dan
 - c. apabila penyelenggara media Reklame elektronik/ digital tidak atau belum memiliki sistem informasi, maka sistem informasi disiapkan oleh Pemerintah Daerah.
- (3) Pelaksanaan integrasi sistem informasi media Reklame elektronik/digital sebagaimana dimaksud pada ayat (2), diselenggarakan bersinergi dengan sistem informasi pada Diskominfo standi.

Pasal 36

Integrasi Sistem Informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35, meliputi integrasi data :

- a. data pengelola/penyelenggara Reklame;
- b. data lokasi penempatan Reklame (dilengkapi dengan koordinat sesuai data *Global Positioning System*);
- c. data ukuran bidang Reklame;
- d. data pengguna atau penyewa media Reklame;
- e. jenis iklan;
- f. durasi;
- g. tarif/nilai kontrak Reklame; dan
- h. waktu penayangan Reklame.

Pasal 37

- (1) Terhadap penyelenggara media elektronik/digital sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35, dipublikasikan pada media informasi Pemerintah Daerah.
- (2) Publikasi pada media informasi Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat dilakukan setelah penyelenggara/pengelola media Reklame elektronik membuka interkoneksi akses data dan informasi media Reklame elektronik.

Bagian Keempat
Kewajiban Pemasangan *Closed Circuit Television*

Pasal 38

- (1) Pihak penyelenggara/pengelola Reklame elektronik/ berkewajiban menyediakan, memasang dan merawat paling sedikit 3 (tiga) unit *Closed Circuit Television* untuk setiap media Reklame elektronik/digital sesuai dengan standar teknis yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.
- (2) Pemasangan *Closed Circuit Television* sebagaimana dimaksud pada ayat (1), digunakan untuk memonitor Reklame tertayang dan memonitor keadaan sekitar lingkungan.
- (3) Pemasangan *Closed Circuit Television* sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan pada media Reklame elektronik/digital untuk jenis Megatron/LED/videotron dengan ukuran luas media Reklame lebih dari 10 m² (sepuluh meter persegi).
- (4) Terhadap pemasangan *Closed Circuit Television* sebagaimana dimaksud pada ayat (3), tayangan *Closed Circuit Television* dipublikasikan pada media informasi Pemerintah Daerah.
- (5) Pihak penyelenggara/pengelola Reklame digital berkewajiban untuk merekam *Closed Circuit Television* tersebut sekurangnya 3 (tiga) hari berturut-turut dan memberikan akses untuk pemantauan, pengawasan dan didokumentasikan oleh Pemerintah Daerah.
- (6) Publikasi pada media informasi Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (4) dapat dilakukan setelah penyelenggara pengelola media Reklame elektronik/ digital membuka interkoneksi akses data dan informasi *Closed Circuit Television*.
- (7) Membuka interkoneksi, akses data dan informasi *Closed Circuit Television* kepada Pemerintah Daerah menjadi tanggungan penyelenggara/pengelola media Reklame sepenuhnya (dalam hal biaya).

BAB VIII
PENYELENGGARA REKLAME

Pasal 39

- (1) Penyelenggara Reklame meliputi :
 - a. perusahaan jasa periklanan/biro Reklame; dan
 - b. pemilik Reklame atau pemilik produk.
- (2) Perusahaan jasa periklanan/biro Reklame merupakan badan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang bertindak baik atas nama sendiri atau atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Pasal 40

Penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 ayat (1), berkewajiban :

- a. menyajikan naskah reklame dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan ketentuan apabila dalam naskah Reklame mencantumkan bahasa asing maka pencantuman bahasa asing diletakkan di bagian bawah pada naskah Reklame bahasa Indonesia;
- b. menempelkan tanda lunas Pajak Reklame pada bidang Reklame atau sisi lain yang dapat dilihat oleh umum;
- c. mengizinkan pemerintah kota untuk pemanfaatan bidang Reklame pada masa tidak digunakan untuk Reklame;
- d. mencantumkan nama perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame apabila Reklame diselenggarakan oleh perusahaan jasa periklanan atau biro reklame yang diletakkan di bagian ambang bawah bidang Reklame;
- e. mencantumkan masa berlaku izin yang diletakkan di bagian ambang bawah bidang Reklame baik yang diselenggarakan oleh perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame maupun oleh penyelenggara Reklame sendiri;
- f. memasang QR Code yang diletakkan pada titik yang mudah dijangkau untuk pemeriksaan berkala;
- g. memelihara secara berkala konstruksi Reklame, bidang Reklame dan instalasi listrik, agar selalu berada dalam keadaan baik yang disertai laporan hasil pemeriksaan dan/atau pemeliharaan rutin minimal 3 (tiga) bulan sekali;
- h. membongkar sendiri konstruksi Reklame dan bidang Reklame setelah berakhirnya izin atau setelah izin dicabut yang tidak lagi digunakan untuk penyelenggaraan Reklame atau secara teknis usia konstruksi dan bidang Reklame tidak layak lagi;
- i. membayar uang jaminan untuk biaya pembongkaran sesuai ketentuan;
- j. menutup semua sisi samping kanan, kiri, sisi bawah dan atas serta di belakang bidang Reklame dengan bahan dan teknis tertentu penutupannya agar Reklame tidak roboh dan terjaga keindahannya;
- k. mengasuransikan bangunan Reklame jenis *billboard* dengan ukuran di atas 20 m (dua puluh meter) dan/atau Reklame jenis LED dengan ukuran luas di atas 10 m (sepuluh meter) dengan jenis asuransi *allrisk* yang mencakup perlindungan terhadap penyelenggaraan Reklame dan pihak lain yang terkena akibat kecelakaan penyelenggaraan Reklame;
- l. bertanggung jawab dan menanggung segala risiko kepada pihak lain sebagai akibat kecelakaan penyelenggaraan Reklame;
- m. membayar pajak Reklame dan retribusi daerah sesuai dengan ketentuan;
- n. membayar harga sewa titik Reklame untuk Reklame yang diselenggarakan di dalam sarana dan prasarana kota;
- o. mengintegrasikan sistem informasi program tayang dengan sistem informasi Pemerintah Daerah untuk penyelenggaraan Reklame elektronik/digital;

- p. khusus untuk penyelenggaraan Reklame elektronik/ digital wajib menyediakan dan mengoperasikan *Closed Circuit Television*.

Pasal 41

Penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40 ayat (1) dilarang :

- a. menyelenggarakan Reklame rokok atau zat adiktif baik di dalam ruangan (indoor) dan di luar ruangan (*outdoor*) pada lokasi yang ditentukan;
- b. menyelenggarakan Reklame pada kawasan tanpa Reklame (*white area*) yang telah ditetapkan Wali Kota;
- c. menyelenggarakan Reklame yang bertentangan dengan prinsip sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan estetika dan norma sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1);
- d. menyelenggarakan Reklame di dalam dan/atau bahu jalan, didalam dan/atau di atas bantaran kali atau sungai termasuk yang berada di bahu jalan gerbang pintu masuk tol, kecuali yang berada dan/atau menempel pada jembatan penyeberangan orang (JPO), jembatan penyeberangan multiguna (JPM) dan jembatan jalan layang atau *Fly Over* serta *Underpass*;
- e. menyelenggarakan Reklame dengan konstruksi dan/atau bidang Reklame menembus atap dan/atau dinding bangunan rumah/gedung;
- f. menyelenggarakan Reklame pada areal dan/atau di bawah Saluran Udara Tegangan Tinggi /Saluran Udara Tegangan Ekstra Tinggi/Saluran Kabel Tegangan Tinggi (SUTT/SUTET/SKTT) : dan/atau berada dalam jarak kurang dari 25 m (dua puluh lima meter) dari garis proyeksi Saluran Kabel Tegangan Tinggi (SKTT) dimaksud;
- g. menyelenggarakan Reklame pada tempat tertentu yang dapat menghalangi alat pemantauan (*Closed Circuit Television* atau jenis lainnya) yang ditujukan untuk keamanan Negara;
- h. menyelenggarakan Reklame pada jembatan kereta api dan/atau kereta rel listrik;
- i. menyelenggarakan Reklame pada konstruksi menara telekomunikasi;
- j. dalam rangka menjaga keindahan kota setiap orang atau badan dilarang memasang jenis Reklame spanduk, umbul-umbul, banner dan baligo sepanjang jalan utama.

BAB XI KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 42

- (1) Semua Reklame harus menyesuaikan selambat-lambatnya dalam jangka waktu 1 (satu) tahun sejak diundangkannya Peraturan Wali Kota ini.
- (2) Pada wilayah-wilayah yang sudah terbangun karena berdasarkan pertimbangan tertentu akan diatur pelaksanaannya disesuaikan dengan situasi dan kondisi setempat.

BAB XII
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 43

Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Wali Kota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Bekasi

Ditetapkan di Bekasi
pada tanggal 22 September 2017

WALI KOTA BEKASI,

Ttd/Cap

RAHMAT EFFENDI

Diundangkan di Bekasi
pada tanggal 22 September 2017

SEKRETARIS DAERAH KOTA BEKASI,

Ttd/Cap

RAYENDRA SUKARMADJI

BERITA DAERAH KOTA BEKASI TAHUN 2017 NOMOR 62 SERI E