



WALIKOTA SAMARINDA  
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

PERATURAN WALIKOTA SAMARINDA  
NOMOR 12 TAHUN 2020

TENTANG

PENYELENGGARAAN, PERIZINAN DAN PENATAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA SAMARINDA,

- Menimbang : a. bahwa agar penyelenggaraan reklame dapat lebih terarah dan terkendali serta lebih memperhatikan aspek keamanan/keselamatan, estetika dan lingkungan, maka Peraturan Walikota Samarinda Nomor 26 Tahun 2012 tentang Penataan Titik Reklame di Wilayah Kota Samarinda perlu diganti;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang Penyelenggaraan, Perizinan Dan Penataan Reklame.
- Mengingat : 1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat Nomor 3 Tahun 1953 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1953 Nomor 9) Sebagai Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959 Nomor 72, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1820);
3. 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 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);
4. Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Samarinda Tahun 2014-2034 (Lembaran Daerah Kota Samarinda Tahun 2 Nomor 2014);

5. Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Samarinda Tahun 2011 Nomor 4) sebagaimana diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Samarinda Tahun 2019 Nomor 9).

#### MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA PENYELENGGARAAN, PERIZINAN DAN PENATAAN REKLAME

### BAB I KETENTUAN UMUM

#### Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini, yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Samarinda.
2. Pemerintah Daerah adalah Walikota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Walikota adalah Walikota Samarinda.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Walikota dan DPRD dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
5. Sekretaris Daerah adalah Sekretaris Daerah Kota Samarinda.
6. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu selanjutnya disingkat DPMPSTP adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Kota Samarinda.
7. Badan Pendapatan Daerah adalah Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda.
8. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang yang selanjutnya disebut Dinas PUPR adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Samarinda.
9. Dinas Perumahan dan Pemukiman adalah Dinas Perumahan dan Pemukiman Kota Samarinda.
10. Dinas Lingkungan Hidup adalah Dinas Lingkungan Hidup Kota Samarinda.
11. Dinas Perhubungan adalah Dinas Perhubungan Kota Samarinda.
12. Dinas Pariwisata adalah Dinas Pariwisata Kota Samarinda.
13. Dinas Komunikasi dan Informatika adalah Organisasi Perangkat Daerah yang bernama Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda.
14. Satuan Polisi Pamong Praja adalah Satuan Polisi Pamong Praja Kota Samarinda.
15. Tim Teknis Reklame adalah tim yang beranggotakan dari instansi teknis/Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Daerah Kota yang memberikan pertimbangan kepada Walikota atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.
16. 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.
17. Penyelenggaraan Reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan jenis, bentuk, pemanfaatan perizinan dan penyelenggaraan pengendalian pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi.
  18. Materi Reklame adalah naskah, tulisan, gambar, logo dan warna yang terdapat dalam bidang Reklame .
  19. Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai media seperti internet, tv, cd audio, video.
  20. Asosiasi adalah perkumpulan badan usaha yang bergerak dibidang Reklame .
  21. Biro Reklame adalah badan yang bergerak di bidang periklanan yang memiliki tenaga teknis sesuai ketentuan yang berlaku.
  22. Titik Reklame adalah tempat di mana bidang Reklame didirikan dan/ atau ditempatkan.
  23. Peletakan Reklame adalah tempat tertentu dimana Titik Reklame ditempatkan baik di dalam maupun di luar ruangan.
  24. Pola Penyebaran dan Peletakan Reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk peletakan Reklame .
  25. Tipologi Koridor Jalan adalah jenis koridor jalan dengan karakteristik penggunaan lahan dan kondisi jalan untuk menentukan jenis Reklame .
  26. Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah, yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
  27. 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.
  28. 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. (hanya digunakan sekali dalam batang tubuh.)
  29. Reklame Papan atau Billboard adalah Reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, tinsplate, collibrite, vynil, aluminium, fiber glass, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang, dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.
  30. Reklame Baliho adalah Reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidental.
  31. Reklame Megatron adalah Reklame yang bersifat tetap atau tidak dapat dipindahkan menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik, termasuk di dalamnya videotron dan electronic display. (istilah hanya digunakan 1 kali dalam batang tubuh)
  32. Ruang Publik Strategis adalah kawasan atau koridor strategis yang ditinjau dari sudut kepentingan penataan Reklame yang menjadi tujuan masyarakat

- untuk melakukan kegiatan berbelanja, bekerja dan mobilisasi tinggi dan mempunyai nilai jual tinggi serta posisi Reklame yang banyak dilihat orang.
33. Zona Reklame adalah daerah yang diizinkan, diizinkan bersyarat dan tidak diizinkan untuk penempatan Reklame.
  34. Zona Diizinkan merupakan zona dimana Reklame dapat ditempatkan.
  35. Zona Diizinkan Bersyarat adalah zona dimana Reklame dapat ditempatkan pada zona tersebut namun dengan persyaratan yang harus dipenuhi.
  36. Zona Tidak Diizinkan adalah area bebas Reklame (tidak boleh ada Reklame).

#### Pasal 2

Tujuan ditetapkan Peraturan Walikota ini untuk :

- a. memberikan kepastian hukum terhadap pembangunan Reklame di Daerah;
- b. menata Reklame di Daerah agar selaras dengan ketentuan tata ruang di Daerah; dan
- c. mengendalikan Reklame agar sesuai dengan estetika dan kelestarian lingkungan.

#### Pasal 3

Ruang Lingkup yang diatur dalam Peraturan Walikota ini terdiri atas :

- a. Pola Penyebaran dan Peletakan Reklame;
- b. jenis dan ukuran Reklame;
- c. penyelenggaraan Reklame;
- d. penyelenggara Reklame;
- e. perizinan Penyelenggaraan Reklame;
- f. Jaminan Biaya Bongkar;
- g. Pencabutan ijin;
- h. Asuransi/Bank Garansi;
- i. pengendalian/pengawasan dan penertiban/pembongkaran Reklame; dan
- j. Tim Teknis Reklame.

### BAB II

#### POLA PENYEBARAN DAN PELETAKAN REKLAME

##### Bagian Kesatu

##### Pola Penyebaran Reklame

#### Pasal 4

- (1) Persebaran Reklame diutamakan pada Ruang Publik Strategis sebagai kawasan yang mempunyai bangkitan tarikan tinggi dan nilai PAD besar.
- (2) Ruang Publik Strategis Reklame Kota Samarinda meliputi :
  - a. Ruang Publik Strategis Pedagangan dan Jasa;
  - b. Ruang Publik Strategis Industri dan Pergudangan;
  - c. Ruang Publik Strategis Transportasi; dan
  - d. Ruang Publik Strategis Stadion Palaran.
- (3) Ruang Publik Strategis Pedagangan dan Jasa dengan skala pelayanan regional sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf a, meliputi :

- a. Pasar Segiri yang berada di Kecamatan Samarinda Ulu dengan skala pelayanan regional;
  - b. Pasar Citra Niaga dengan skala pelayanan regional dan nasional di Kecamatan Samarinda Kota; dan
  - c. Wisata Kuliner Nasi Kuning Lambung Mangkurat dengan skala pelayanan regional di Kecamatan Samarinda Ulu.
- (4) Ruang Publik Strategis Industri dan Pergudangan dengan skala pelayanan regional sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf b, meliputi :
- a. Kawasan industri di Kecamatan Sungai Kunjang; dan
  - b. Kawasan industri di Kecamatan Palaran.
- (5) Koridor jalan menuju Ruang Publik Strategis Transportasi dengan skala pelayanan regional sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf c, meliputi :
- a. Bandara APT Pranoto di Jl. Poros Samarinda Bontang, Jl. DI Panjaitan di Kecamatan Samarinda Utara;
  - b. Pelabuhan Penumpang dan Peti Kemas di Jl. Mayor Ngoedio di Kecamatan Palaran;
  - c. Pintu Tol di Jl. Simpang Pasir, Jl. Stadion Palaran di Kecamatan Palaran; dan
  - d. Jalan Tol.
- (6) Koridor jalan sekitar Ruang Publik Strategis Stadion Palaran dengan skala pelayanan regional sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf d, meliputi : Stadion Palaran di Jl. Simpang Pasir, Jl. Stadion Palaran, Jl. Stadion Utara, Jl. Stadion dan Jl. Stadion Selatan di Kecamatan Palaran.
- (7) Koridor jalan Ruang Publik Strategis sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.

#### Pasal 5

- (1) Tipologi koridor untuk penempatan Reklame di Kota Samarinda, meliputi :
- a. *Boulevard corridor*/Koridor Jalan Utama;
  - b. *Gateway commercial corridor*/Koridor Gerbang Komersial;
  - c. *Commercial corridor*/Koridor Komersial;
  - d. *Residenway corridor*/Koridor Jalan Perumahan;
  - e. *Highway corridor*/Koridor Jalan Raya;
  - f. *Riverside coridor*/Koridor sisi sungai; dan
  - g. *Airport corridor*/Koridor Menuju Bandara.
- (2) Karakteristik *Boulevard corridor*/Koridor Jalan Utama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a, meliputi :
- a. aktivitas kegiatan cukup tinggi dengan penggunaan lahan sebagai pemerintahan, perkantoran swasta, dan komersial;
  - b. kondisi jalan lebar 10-12 dengan rumaja 14-18 m dan terdiri dari dua jalur dua arah;
  - c. merupakan jalan utama kota dengan kecepatan rata-rata kendaraan tidak terlalu tinggi atau sedang sekitar 40-60 km/jam;
  - d. ketinggian bangunan 1- 8 lantai dengan GSB > 10 m;
  - e. memiliki jalur hijau pada median dan bagian kanan-kiri jalan;
  - f. memiliki jalur pedestrian 1,5 – 2 m; dan
  - g. memiliki sistem Perpakiran *offstreet*.

- (3) Karakteristik *Gateway commercial corridor*/Koridor Gerbang Komersial sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b, meliputi :
- aktivitas kegiatan tinggi dengan penggunaan lahan dominan komersial Perumahan dan Perkantoran;
  - skala pelayanan perdagangan lokal;
  - kondisi jalan cukup lebar 7-12 dengan rumija 15 m dan merupakan jalan dengan fungsi sebagai jalur keluar/masuk kota;
  - kecepatan rata-rata kendaraan rendah sekitar 20-40 km/jam;
  - ketinggian bangunan 1 – 3 lantai dengan GSB 4 – 6 m; dan
  - sistem perparkiran *onstreet*.
- (4) Karakteristik *Commercial corridor*/Koridor Komersial sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf c, meliputi :
- aktivitas kegiatan tinggi dengan penggunaan lahan dominan komersial;
  - skala pelayanan perdagangan Regional dan Lokal ;
  - kondisi jalan cukup lebar 7-14 dengan rumija >15 m ;
  - kecepatan rata-rata kendaraan rendah sekitar 20-40 km/jam;
  - ketinggian bangunan 1 –10 lantai dengan GSB 4 – 6 m;
  - memiliki jalur pedestrian 1,5 -2 m; dan
  - memiliki sistem parkir *onstreet* atau *offstreet*.
- (5) Karakteristik *Residenway corridor*/Koridor Jalan Perumahan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf d, meliputi :
- aktivitas kegiatan terbatas karena merupakan kawasan dominannya hunian (perumahan) dan Komersial skala kecamatan atau kelurahan;
  - kecepatan rata-rata rendah 20-40 km/jam, sehingga menimbulkan kesan tenang;
  - ketinggian bangunan hanya satu-dua lantai dengan GSB >3 m.
  - jenis kendaraan yang melintas
  - tidak selalu Memiliki jalur pedestrian.
- (6) Karakteristik *Highway corridor*/Koridor Jalan Raya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf e, meliputi :
- aktivitas kegiatan tinggi dengan penggunaan lahan komersial, Industri, dan fasilitas umum
  - kondisi jalan cukup lebar dengan rumaja >20 m dan merupakan jalan Arteri
  - kecepatan rata-rata kendaraan tinggi antara 60-80 km/jam atau lebih.
  - ketinggian bangunan 1 – 8 lantai dengan GSB >15 m.
  - sebagai jalur keluar/masuk kota
  - tidak harus memiliki jalur pedestrian.
- (7) Karakteristik *Riverside coridor*/Koridor sisi sungai sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf f, meliputi :
- aktivitas kegiatan tinggi dengan penggunaan lahan komersial, Ruang Terbuka Hijau, Sarana Transportasi sungai;
  - koridor berada pada sisi sungai dengan lebar >20m;
  - kondisi jalan cukup lebar dengan rumaja 12 – 20 m dan merupakan jalan Arteri atau Kolektor;
  - kecepatan rata-rata kendaraan sedang sekitar 40-60 km/jam;
  - ketinggian bangunan 1 – 4 lantai dengan GSB 1 – 6 m; dan
  - memiliki jalur pedestrian >1,5 m.

- (8) Karakteristik *Airport corridor*/Koridor Menuju Bandara sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf g, meliputi :
- a. merupakan jalur utama menuju bandara,
  - b. aktivitas kegiatan sedang dengan penggunaan lahan komersial, lahan kosong, perumahan kepadatan rendah, pertanian, perkebunan, Ruang Terbuka Hijau;
  - c. kondisi jalan cukup lebar dengan rumaja 12 – 20 m dan merupakan jalan Arteri;
  - d. kecepatan rata-rata kendaraan tinggi antara 40-80 km/jam;
- (9) Koridor jalan berdasarkan tipologi dan kesesuaian jenis Reklame sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.

#### Pasal 6

- (1) Reklame yang di tata dalam koridor meliputi :
- a. media Reklame permanen; dan
  - b. media Reklame temporer/Insidentil.
- (2) Media Reklame permanen sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a meliputi :
- a. media Reklame yang berdiri sendiri (*free standing signs*), meliputi :
    - 1) media Reklame pada atap bangunan (*Roof Sign*) ;
    - 2) media Reklame dengan tiang (*pole signs*);
    - 3) media Reklame yang terletak di tanah (*ground sign*);
  - b. media Reklame yang ditempatkan pada dinding (*wall Sign*);
  - c. Reklame Megatron/Videotron/LED ; dan
  - d. teks berjalan/*running text*.
- (3) Media Reklame temporer/isidentil sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b meliputi :
- a. baliho;
  - b. spanduk;
  - c. umbul-umbul;
  - d. balon udara; dan
  - e. panggung Reklame.

#### Bagian Kedua Perletakan Reklame

#### Pasal 7

- (1) Setiap perletakan Reklame harus memperhatikan keamanan, keselamatan, kenyamanan masyarakat, estetika, keserasian bangunan dan lingkungan serta sesuai dengan rencana Daerah.
- (2) Perletakan Reklame sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dirinci menjadi Titik-titik Reklame dalam Zona Reklame .
- (3) Perletakan Reklame dibagi menjadi:
- a. titik Reklame di dalam sarana dan prasarana kota; dan
  - b. titik Reklame di luar sarana dan prasarana kota.
- (4) Titik-titik Reklame di dalam sarana dan prasarana kota, adalah titik Reklame yang ditempatkan pada :

- a. bahu jalan/berm jalan/trotoar dan jembatan;
  - b. shelter;
  - c. terminal dan pangkalan angkutan;
  - d. gelanggang/gedung olah raga;
  - e. pasar; dan
  - f. taman.
- (5) Titik Reklame di luar sarana dan prasarana kota, adalah titik Reklame yang ditempatkan pada:
- a. bangunan dengan cara menempelkan, atau menggantungkannya dan/atau dipancang di atas bangunan;
  - b. halaman;
  - c. ruas jalan tol dan sekitar pintu tol;
  - d. tempat/ruang yang telah disediakan oleh Pemerintah Daerah Kota; dan
  - e. melekat/menyatu pada dinding/tembok dan/atau atap bangunan perseorangan.

#### Pasal 8

- (1) Pemasangan Reklame di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (5) dirinci berdasarkan zona kawasan, yang terdiri dari:
- a. Zona Diizinkan ;
  - b. Zona Diizinkan Bersyarat; dan
  - c. Zona Tidak Diizinkan.
- (2) Pemasangan Reklame di luar sarana dan prasarana kota pada zona yang diizinkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a meliputi:
- a. zona wisata;
  - b. zona perdagangan dan jasa;
  - c. zona olahraga;
  - d. zona transportasi; dan
  - e. zona industri.
- (3) Pemasangan Reklame di luar sarana dan prasarana pada Zona Diizinkan meliputi peletakan Reklame pada bangunan gedung dan halaman meliputi :
- a. Peletakan Reklame pada Bangunan Gedung dengan ketentuan sebagai berikut:
    - 1) menggantung pada bangunan gedung, dengan ukuran selubung paling banyak 1 m x 8 m;
    - 2) menempel pada bangunan gedung, pada dinding masif bangunan gedung, terutama untuk menutupi dinding masif di samping bangunan gedung yang kurang terawat dengan prosentase 50% (lima puluh persen) dari bidang masif;
    - 3) dipancang di atas bangunan gedung (atap):
      - a) disesuaikan dengan selubung bangunan dan tidak boleh melebihi selubung bangunan yang ditetapkan oleh aturan bangunan setempat dengan paling tinggi. 5 m (lima meter);
      - b) diperbolehkan menempel pada parapet bangunan gedung dengan peletakan horisontal asalkan tidak melewati tinggi parapet; dan



- c) dilengkapi dengan analisis perhitungan konstruksi bangunan Reklame oleh tenaga ahli yang bersertifikat.
- b. Peletakan Reklame pada halaman, diatur sebagai berikut:
- 1) penempatan Reklame hanya diperbolehkan pada satu titik baik berupa identitas maupun Reklame produk.
  - 2) boleh berupa panggung Reklame ;
  - 3) ukuran selubung Reklame paling besar 5 m x 10 m; dan
  - 4) tidak boleh melewati batas persil atau pagar.
- (4) Pemasangan Reklame dalam sarana dan prasarana kota pada Zona Diizinkan Bersyarat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b yaitu pemasangan Reklame di persimpangan jalan.
- (5) Pemasangan Reklame di persimpangan jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) huruf a, dengan syarat meliputi:
- a. Penempatan titik Reklame berjarak 25 meter sebelum persimpangan;
  - b. Tidak mengganggu perlengkapan jalan; dan
  - c. Penempatan pada persimpangan diperbolehkan dengan model panggung Reklame , baliho, Reklame papan atau *billboard*, Reklame megatron, videotron, *Light Emitting Diode* (LED), dan *Electronic Display*.
- (6) Pemasangan Reklame dalam sarana dan prasarana kota pada Zona Tidak Diizinkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c meliputi:
- a. Zona pendidikan;
  - b. Zona perkantoran;
  - c. Zona peribadatan;
  - d. Zona kesehatan;
  - e. Zona cagar budaya;
  - f. Zona pertahanan dan keamanan;
  - g. Ruas jalan tertentu; dan
  - h. Taman kota dan hutan kota.
- (7) Pemasangan Reklame dalam sarana dan prasarana kota pada Zona Tidak Diizinkan sebagaimana dimaksud dalam ayat (7) diizinkan apabila :
- a. Untuk Reklame non komersial (himbauan);
  - b. *Event* kota tahunan;
  - c. *Event* negara;
  - d. *Event* dinas;
  - e. Lokasi di dalam persil dan depan zona; dan
  - f. Jarak diizinkan terdapat Reklame adalah 50 meter dari lokasi zona.
- (8) Pemasangan Reklame pada Zona Tidak Diizinkan pada ruas jalan tertentu sebagaimana dimaksud dalam ayat (6) huruf g meliputi:
- a. Taman Samarendah;
  - b. Jalan Bhayangkara;
  - c. Jalan Kusuma Bangsa;
  - d. Jalan Gajahmada;
  - e. Jalan Tengkawang;
  - f. Jalan Basuki Rahmat II;
  - g. Jalan Panglima Sudirman; dan
  - h. Pinggir sungai mahakam (Jalan Slamet Riyadi dan Jalan Martadinata).

- (9) Pengaturan Reklame berdasarkan Zona Reklame tercantum dalam Lampiran III yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.

### BAB III JENIS DAN UKURAN REKLAME

#### Pasal 9

- (1) Penyelenggaraan Reklame dibedakan menurut: jenis, ukuran, konstruksi, dan kelas jalan.
- (2) Penyelenggaraan Reklame menurut jenis adalah:
- a. Reklame papan atau *billboard*;
  - b. Reklame megatron, videotron, *Light Emitting Diode* (LED), dan *Electronic Display*;
  - c. Reklame layar, yang terdiri dari:
    1. spanduk;
    2. umbul-umbul;
    3. banner;
    4. baliho; dan
    5. bandir;
  - d. Reklame melekat (*sticker*, *graffiti*, dan mural);
  - e. Reklame selebaran/brosur;
  - f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan;
  - g. Reklame udara;
  - h. Reklame film/ *slide*;
  - i. Reklame running text; dan
  - j. Reklame *neon box*.
- (3) Penyelenggaraan Reklame menurut ukuran luasan Reklame disesuaikan dengan lebar jalan atau halaman/persil dengan luas maksimal 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi) dikecualikan pada Reklame identitas yang menempel di bangunan/gedung dan bangun bangunan.
- (4) Penyelenggaraan Reklame menurut konstruksi adalah:
- a. konstruksi berat, untuk Reklame jenis megatron, videotron, *Ligth Emitting Diode* (LED), *billboard*, *electronic display*, dan bando jalan terdiri dari:
    1. kaki tunggal adalah sarana Reklame yang sistem kaki konstruksinya hanya satu;
    2. kaki ganda adalah sarana Reklame yang sistem kaki konstruksinya terdiri atas dua tiang;
    3. rangka adalah sarana Reklame yang sistem kaki konstruksinya berbentuk rangka dengan mempertimbangkan estetika; dan
    4. menempel adalah sarana Reklame yang konstruksinya menyatu pada bagian bangunan dengan memakai konstruksi-konstruksi tambahan yang menyatu dengan konstruksi bangunan tersebut; dan
  - b. selain konstruksi sebagaimana dimaksud pada huruf a adalah konstruksi ringan.
- (5) Penyelenggaraan Reklame menurut kelas jalan adalah:
- a. Jalan Arteri Primer (Jalan Nasional);
  - b. Jalan Arteri Sekunder (Jalan Provinsi);
  - c. Jalan Kolektor; dan

- d. Jalan Tol.
- (6) Ukuran Reklame berdasarkan jenis Reklame tercantum dalam Lampiran IV yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.

#### Pasal 10

Penyelenggaraan Reklame harus melihat segi keamanan dan keselamatan, meliputi :

- a. Pemasangan Reklame jangan sampai mengacaukan konsentrasi pemakai jalan, selain itu konstruksinya harus memenuhi syarat teknis dan tidak melewati batas RUMIJA;
- b. Untuk jenis papan Reklame dengan luas >10 m<sup>2</sup> perlu memiliki penyangga lebih dari satu tiang dengan memperhatikan kekuatan bahan penyangga serta memiliki kedalaman pondasi >2m dengan perkerasan cor beton;
- c. Pemasangan pada luar persil bangunan disesuaikan dengan kebutuhan ruang gerak pejalan kaki, yaitu pada ketinggian 2,72 – 4 m di atas permukaan tanah;
- d. Papan Reklame permanen dengan tiang penyangga melintang/melintas di badan jalan atau berada di pulau jalan/median pemasangannya pada ketinggian 6,5 – 8 m di atas permukaan aspal agar tidak mengganggu jalur lalu lintas; dan
- e. Jenis videotron, kecerahan cahaya tidak menyilaukan pengguna jalan.

### BAB IV

#### PENYELENGGARAAN REKLAME

##### Bagian Kesatu

##### Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame

#### Pasal 11

- (1) Setiap penyelenggaraan Reklame harus memperhatikan rancang bangun Reklame yang meliputi aspek keindahan, keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan dan kesehatan dalam menentukan ukuran (dimensi), konstruksi dan penyajian.
- (2) Pemasangan alat perlengkapan Reklame baik konstruksinya maupun ukurannya tidak mengganggu pemandangan lalu lintas, keindahan, keamanan, keselarasan, kesehatan dan ketentuan umum.
- (3) Naskah reklame harus menggunakan Bahasa Indonesia yang baik, bahasa lain dapat digunakan dengan memperhatikan norma-norma agama, aspek estetis dan kesopanan yang sesuai dengan kultur bangsa Indonesia.
- (4) Bahasa yang digunakan baik Reklame suara maupun tulisan adalah Bahasa Indonesia, dengan ketentuan jika Reklame tulisan menggunakan bahasa asing harus mencantumkan terjemahannya dalam Bahasa Indonesia.
- (5) Tulisan, suara dan gambar yang digunakan tidak bertentangan dengan kesusilaan, kesopanan, ketertiban umum, keagamaan, kesehatan dan keindahan.
- (6) Penyelenggaraan Reklame diwajibkan memelihara Reklame yang bersangkutan agar tetap terawat dengan baik sehingga tidak mengganggu keindahan, keamanan, keselamatan, kesehatan dan ketertiban umum.
- (7) Dilarang memasang reklame pada bangunan pemerintahan, kantor, rumah sakit rumah dinas, tempat ibadah, tiang listrik/telepon, tiang penerangan

jalan umum, gardu, pohon jalur hijau, rambu-rambu lalu lintas, petunjuk jalan dan kendaraan dinas.

#### Pasal 12

- (1) Tidak diperbolehkan dipasang atau ditempatkan Reklame rokok atau minuman beralkohol, pada :
  - a. Jarak bebas pandang larangan iklan rokok atau minuman beralkohol 100 meter dari batas terluar persil kawasan tanpa rokok;
  - b. Kawasan tanpa rokok terdiri dari kawasan fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat anak bermain, tempat ibadah, angkutan umum, Kantor Pemerintah Provinsi/Kota, Badan Usaha Milik Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Daerah, dan tempat lain yang ditetapkan;
  - c. Untuk penyelenggaraan Reklame minuman beralkohol hanya dapat diselenggarakan di dalam tempat tertentu yang diizinkan menjual minuman beralkohol;
  - d. Reklame naskah rokok atau minuman beralkohol harus diletakkan sejajar dengan bahu jalan dan tidak boleh memotong jalan atau melintang; dan
  - e. Untuk penyelenggaraan Reklame produk rokok hanya dapat diselenggarakan di kawasan tertentu dengan ukuran luasan Reklame disesuaikan dengan lebar jalan, dengan dimensi Reklame paling besar 4x6 meter.
- (2) Batasan Reklame produk rokok atau minuman beralkohol dilakukan sebagai berikut:
  - a. mencantumkan peringatan kesehatan dalam bentuk gambar dan tulisan sebesar paling sedikit 10% (sepuluh persen) dari total durasi Reklame dan/atau 15% (lima belas persen) dari total luas Reklame ;
  - b. mencantumkan penandaan tulisan “18+” dalam Reklame ;
  - c. tidak memperagakan, menampilkan , menggunakan wujud atau bentuk dan/atau rokok ataupun minuman beralkohol atau sebutan lain yang dapat diasosiasikan dengan merek produk rokok ataupun minuman beralkohol;
  - d. tidak mencantumkan nama produk yang bersangkutan adalah rokok atau minuman beralkohol;
  - e. tidak menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok atau meminum minuman beralkohol memberikan manfaat bagi kesehatan;
  - f. tidak menggunakan kata atau kalimat yang menyesatkan;
  - g. tidak merangsang atau menyarankan orang untuk merokok atau meminum minuman beralkohol;
  - h. tidak menampilkan anak, remaja, dan/atau wanita hamil dalam bentuk gambar dan/atau tulisan;
  - i. tidak ditujukan terhadap anak, remaja dan/atau wanita hamil;
  - j. tidak menggunakan tokoh kartun sebagai model iklan; dan
  - k. tidak bertentangan dengan norma yang berlaku dalam masyarakat.

#### Pasal 13

Reklame pada kawasan perumahan, diatur dengan ketentuan meliputi :

- a. nama kawasan perumahan dapat dijadikan pajak Reklame karena merupakan bagian dari iklan yang secara khusus menandakan objek komersial;

- b. bukan termasuk objek pajak Reklame bila nama perumahan dijadikan sebagai rambu petunjuk dengan ukuran yang tidak besar;
- c. bila luas kurang dari 2 m<sup>2</sup> (meter persegi) tidak dikenai pajak;
- d. aturan untuk penempatan lokasi perumahan dibatasi jumlahnya untuk Reklame dalam bentuk billboard atau baliho;
- e. untuk Reklame yang bentuk umbul-umbul hanya diperbolehkan dalam radius 50 m dari lokasi kawasan perumahan;
- f. dilarang menempel Reklame perubahan pada tiang listrik atau telepon; dan
- g. tidak diperbolehkan untuk memasang Reklame di pohon.

#### Pasal 14

- (1) Ketentuan pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK) meliputi :
  - a. baliho/billboard/videotron paling besar ukuran 4 (empat) meter x 7 (tujuh) meter, paling banyak 5 (lima) buah setiap Pasangan Calon;
  - b. umbul-umbul paling besar ukuran 5 (lima) meter x 1,15 (satu koma lima belas) meter, paling banyak 20 (dua puluh) buah setiap Pasangan Calon; dan/atau
  - c. spanduk paling besar ukuran 1,5 (satu koma lima) meter x 7 (tujuh) meter, paling banyak 2 (dua) buah setiap Pasangan Calon.
- (2) Larangan lokasi untuk penyelenggaraan Alat Peraga Kampanye meliputi :
  - a. tempat ibadah termasuk halaman;
  - b. rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan;
  - c. gedung milik pemerintah; dan
  - d. lembaga pendidikan (gedung dan sekolah).

### Bagian Kedua Penyelenggaraan Reklame

#### Pasal 15

Penyelenggaraan Reklame harus memenuhi ketentuan:

- a. sesuai dengan kepribadian dan budaya bangsa, tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan dan kesehatan;
- b. luas bidang Reklame disesuaikan dengan keadaan dan estetika kota;
- c. mendapat persetujuan tertulis dari pemilik lahan atau yang menguasai lahan;
- d. untuk koridor jalan satu arah, pemasangan membentuk sudut 45° - 60°, koridor jalan dengan dua arah pemasangannya sejajar ataupun tegak lurus (90°) dengan arah pergerakan pengendara kendaraan.
- e. berdasarkan standar pemasangan Reklame ukuran minimum tulisan Reklame disesuaikan dengan kecepatan rata-rata tiap koridor jalan, yaitu 0,14 - 0,28 m.
- f. untuk Reklame papan nama fasilitas umum, perkantoran, dan fasilitas sosial tidak boleh melebihi dari 4 m<sup>2</sup> dengan penempatan pada tiang, menempel pada bangunan, menempel pada pagar.
- g. penempatan lokasi pada koridor-koridor jalan dirancang agar tidak saling berimpitan atau saling menutupi satu dengan yang lainnya. Sehingga informasi satu dengan yang lain bisa terbaca oleh pengamat.

- h. Penataan Reklame juga diatur dengan keberadaan pohon sehingga tulisan di papan Reklame tidak tertutup oleh pohon dan tidak di ijinkan memasang Reklame di batang pohon.
- i. ukuran Reklame perlu dibatasi sedemikian rupa agar tidak menutupi sebagian besar tampilan bangunan atau mendominasi fasade lingkungan sekitarnya;
- j. Penempatan Reklame tempel dilakukan pada tempat-tempat perdagangan jasa tunggal, di luar daerah tersebut tidak diperbolehkan.
- k. bidang Reklame beserta konstruksinya, tidak diperbolehkan menembus atap bangunan;
- l. bidang Reklame tidak boleh melebihi garis pagar;
- m. penyelenggaraan Reklame menempel pada bangunan dapat dipasang dengan ketentuan bidang Reklame tidak melebihi garis pagar;
- n. penyelenggaraan Reklame di atas bangunan, diselenggarakan dengan ketentuan bidang Reklame tidak boleh melebihi bidang atap tempat Reklame tersebut;
- o. pada penyelenggaraan Reklame di halaman, lebar bidang Reklame tidak boleh melebihi lebar sisi halaman tempat Reklame tersebut diselenggarakan.
- p. pada penyelenggaraan Reklame yang berdekatan dengan kabel listrik tegangan menengah keatas, maka jarak jaringan kabel listrik tegangan menengah keatas harus mendapat rekomendasi dari PT. Perusahaan Listrik Negara;
- q. penyelenggaraan Reklame tidak boleh mengganggu fungsi atau merusak sarana dan prasarana kota serta tidak boleh mengganggu pemeliharannya;
- r. kaki konstruksi tidak boleh berada di saluran air, sungai atau badan jalan;
- s. diselenggarakan dengan tidak menutup pandangan rambu, lampu pengatur dan kamera lalu lintas;
- t. konstruksi Reklame dapat dipertanggungjawabkan menurut persyaratan teknis sesuai ketentuan yang berlaku;
- u. menggunakan dua atau lebih tiang konstruksi bagi Reklame dengan luas bidang paling sedikit 30 m<sup>2</sup> (tiga puluh meter persegi);
- v. lampu Reklame yang dipasang diarahkan ke bidang Reklame sehingga tidak menyilaukan pandangan pemakai jalan;
- w. instalasi listrik yang dipasang harus memenuhi persyaratan teknis sehingga tidak membahayakan keselamatan umum;
- x. tidak menampilkan materi minuman beralkohol/minuman keras; dan
- y. bangunan konstruksi Reklame yang kosong tanpa materi, sebaiknya diisi konten-konten himbauan pendidikan, kesehatan, penghijauan dan yang mendukung program pemerintah oleh penyelenggara reklame;

#### Pasal 16

Penyelenggaraan Reklame jenis insidental harus memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. untuk Reklame insidental jenis kain harus memenuhi ketentuan:
  1. tidak boleh diselenggarakan pada tiang lampu pengatur lalu lintas, tiang kamera lalu lintas, tiang listrik, tiang telepon, pohon, dan pagar;
  2. tidak boleh diselenggarakan pada bidang atau konstruksi Reklame jenis megatron dan jenis papan;
  3. tidak boleh diselenggarakan melintang di atas jalan;

4. materi Reklame bersifat jangka pendek atau mempromosikan suatu kegiatan yang bersifat insidentil;
- b. untuk Reklame insidentil jenis melekat tidak diperbolehkan ditempelkan pada rambu lalu lintas, tiang listrik, tiang Penerangan Jalan Umum (PJU), tiang telepon atau sarana dan prasarana kota lainnya;
- c. untuk Reklame insidentil jenis baliho harus memenuhi ketentuan :
  1. luas bidang Reklame paling besar 24 m<sup>2</sup> (dua puluh empat) meter persegi;
  2. materi Reklame yang mempromosikan suatu kegiatan atau event yang bersifat insidentil.
- d. untuk Reklame insidentil jenis balon udara, titik jatuhnya tidak boleh berada pada ruang milik jalan; dan
- e. untuk Reklame insidentil pada kendaraan bermotor harus memenuhi ketentuan :
  1. sesuai dengan desain dan konstruksi rumah-rumah pada kendaraan bermotor serta mendapatkan rekomendasi dari Dinas Perhubungan; dan
  2. penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada huruf e angka 1 tidak diperbolehkan untuk Reklame jenis megatron.

#### Pasal 17

- (1) Penyelenggaraan Reklame di lokasi persil bangunan pada kawasan penataan Reklame harus mengikuti ketentuan sebagai berikut :
  - a. pemasangan Reklame pada tiang yang diselenggarakan pada jarak sampai dengan 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan hanya diperbolehkan dengan ketinggian tidak melebihi ketinggian bangunan di lahan tersebut atau bangunan yang bersebelahan dan/atau paling tinggi 22 m (dua puluh dua meter) dengan luas bidang Reklame tidak boleh melebihi 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi);
  - b. pemasangan Reklame pada tiang yang diselenggarakan pada jarak lebih dari 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan, ketinggian Reklame boleh melebihi 22 m (dua puluh dua meter) dan boleh lebih luas dari 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi);
  - c. Reklame yang diselenggarakan menempel pada bangunan tidak boleh melebihi bidang bangunan dan ukuran tidak boleh melebihi 50% (lima puluh persen) dari luas keseluruhan bidang bangunan yang dipergunakan untuk pemasangan Reklame ;
  - d. Reklame yang dibuat pada dinding, tembok, atap bangunan, pagar atau tiang dapat diselenggarakan seluas bidang bangunan tersebut;
  - e. Reklame yang dipasang pada tiang dan diselenggarakan di atas bangunan pada jarak sampai dengan 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan, bidang Reklame tidak melebihi bidang atap bangunan dan luas bidang Reklame tidak melebihi 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi);
  - f. Reklame yang dipasang pada tiang dan diselenggarakan di atas bangunan pada jarak lebih dari 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan, bidang Reklame tidak melebihi bidang atap bangunan;
  - g. dalam 1 (satu) persil dapat diselenggarakan lebih dari 1 (satu) titik Reklame dengan ketentuan antara titik Reklame satu dengan lainnya diselenggarakan secara sejajar dengan arah pandangan jalan atau Reklame yang dipasang dengan cara menempel pada bangunan;
  - h. pada lahan dan/atau bangunan yang berada di persimpangan dan tikungan, pemasangan Reklame pada tiang yang diselenggarakan pada

- jarak sampai dengan 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan harus memperhatikan jarak antara bidang Reklame satu dengan lainnya paling sedikit 10 m (sepuluh meter); dan
- i. pemasangan Reklame pada lahan yang belum terdapat bangunan, yang diselenggarakan pada jarak sampai dengan 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan, hanya diperbolehkan dengan ketinggian Reklame tidak melebihi ketinggian bangunan di sebelah kanan dan kirinya atau paling tinggi 22 m (dua puluh dua meter) dengan luas bidang Reklame tidak melebihi 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi).
- (2) Penyelenggaraan Reklame pada lokasi yang belum ditetapkan sebagai kawasan penataan Reklame harus mengikuti ketentuan pemasangan Reklame pada tiang yang diselenggarakan pada jarak sampai dengan 6 m (enam meter) dari garis pagar yang berbatasan dengan jalan, hanya diperbolehkan dengan jarak antar Reklame dalam satu pandangan paling sedikit 50 m (lima puluh meter).
  - (3) Penyelenggaraan Reklame pada kawasan penataan Reklame hanya dapat dilakukan pada titik-titik lokasi yang telah ditentukan dalam kawasan penataan Reklame .
  - (4) Penyelenggaraan Reklame pada lokasi yang belum ditetapkan sebagai kawasan penataan Reklame harus mengikuti ketentuan sebagai berikut :
    - a. tidak diizinkan penyelenggaraan Reklame pada median jalan;
    - b. jika diselenggarakan di trotoar, maka :
      1. lebar trotoar paling sedikit 1.5 m (satu setengah meter);
      2. dibawah trotoar tidak terdapat saluran tepi yang lebarnya lebih dari ½ (satu per dua) lebar trotoar;
      3. tidak mengganggu akses keluar dan masuk lahan dan/atau bangunan;
      4. tidak boleh memangkas/memotong/menebang pohon dan merusak taman yang sudah ada;
      5. diameter tiang Reklame paling besar 10 % (sepuluh persen) dari lebar trotoar;
      6. titik pondasi/ sepatu kaki konstruksi (pile cap) harus terletak pada sisi trotoar yang berbatasan/ berdekatan dengan persil;
      7. titik pondasi/ sepatu kaki konstruksi (pile cap) tidak berada di atas saluran tepi (apabila di bawah trotoar terdapat saluran tepi);
      8. titik pondasi/ sepatu kaki konstruksi (pile cap) dan bidang Reklame tidak mengganggu/ merusak jaringan utilitas baik yang berada di bawah (dalam tanah) maupun di atas;
      9. ketinggian/ elevasi dari pondasi/ sepatu kaki konstruksi (pile cap) harus rata dengan permukaan trotoar;
      10. penempatan bidang Reklame tidak boleh melebihi ½ (satu per dua) lebar trotoar dan tidak boleh melebihi sisi trotoar;
      11. jarak antara titik Reklame dengan titik Reklame lainnya paling sedikit 50 m (lima puluh meter) kecuali jenis Reklame totem dapat diselenggarakan berkelompok;
      12. ukuran bidang Reklame tidak boleh melebihi 18 m<sup>2</sup> (delapan belas meter persegi) atau tidak melebihi sisi trotoar bagian luar yang berbatasan dengan badan jalan, dengan ketinggian paling sedikit 3 (tiga) meter dan paling tinggi 9 (sembilan) meter;
      13. dalam hal pada ruas jalan terdapat sejalur tanah, maka penyelenggaraan Reklame tidak boleh melaksanakan di trotoar dan/ atau di bahu jalan; dan



14. dalam hal pada ruas jalan tidak terdapat sejalur tanah, maka penyelenggaraan Reklame dapat dilaksanakan pada trotoar;
- c. jika diselenggarakan di bahu jalan, maka :
1. lebar bahu jalan paling sedikit 3 m (tiga meter);
  2. tidak mengganggu akses keluar dan masuk lahan dan/atau bangunan;
  3. tidak boleh memangkas/memotong/menebang pohon dan merusak taman yang sudah ada;
  4. penempatan bidang Reklame paling sedikit 2 m (dua meter) dari perkerasan dan tidak boleh melebihi sisi bahu jalan;
  5. jarak antara titik reklame dengan titik Reklame lainnya paling sedikit 50 m (lima puluh meter) kecuali jenis Reklame totem dapat diselenggarakan berkelompok;
  6. ukuran bidang Reklame tidak boleh melebihi 18 m<sup>2</sup> (delapan belas meter persegi) dengan ketinggian paling tinggi 9 m (sembilan meter);
- d. jika diselenggarakan di halte dan gardu jaga, maka :
1. Reklame diselenggarakan secara menempel pada bangunan; dan
  2. penempatan bidang Reklame tidak boleh melebihi bidang bangunan dan ukuran tidak boleh melebihi 50% (lima puluh persen) dari luas keseluruhan bidang bangunan yang dipergunakan untuk pemasangan Reklame ; dan
- e. jika diselenggarakan di daerah manfaat sungai, maka :
1. ukuran bidang Reklame tidak boleh melebihi 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi); dan
  2. antara titik Reklame dengan titik Reklame lainnya paling sedikit 50 m (lima puluh meter).

#### Pasal 18

Penentuan titik Reklame pada keseluruhan Ruang Milik Jalan yang dimiliki/dikuasai Pemerintah/ Pemerintah Provinsi/Pemerintah Daerah dan daerah manfaat sungai harus mendapatkan persetujuan dari instansi yang berwenang.

### BAB V PENYELENGGARA REKLAME

#### Pasal 19

- (1) Penyelenggaraan Reklame adalah:
  - a. pemilik Reklame /produk; dan
  - b. perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame .
- (2) Pemilik Reklame /produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan Reklame untuk dan atas namanya sendiri.
- (3) Perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, adalah badan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang menyelenggarakan Reklame untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
- (4) Setiap penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) :
  - a. harus menjadi anggota asosiasi/perhimpunan/perkumpulan sejenisnya di bidang penyelenggaraan Reklame di Kota Samarinda; dan

b. harus memiliki NPWPD Kota Samarinda.

#### Pasal 20

Asosiasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (4) huruf a harus:

- a. berbentuk badan hukum; dan
- b. memiliki NPWPD Kota Samarinda.

#### Pasal 21

- (1) Penyelenggara Reklame harus menyusun naskah Reklame dalam Bahasa Indonesia.
- (2) Naskah Reklame dapat ditambahkan menggunakan bahasa asing tetapi harus ditulis dibagian bawah bahasa Indonesia, dengan ukuran huruf yang kecil.
- (3) Bahasa asing yang dipakai sebagai nama perusahaan dan atau merk dagang yang merupakan cabang dan/atau paten dari luar negeri masih bisa dipakai.
- (4) Untuk ketertiban umum, Walikota berwenang melarang mempergunakan bahasa asing dan huruf-huruf lainnya, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).

#### Pasal 22

Penyelenggara Reklame berkewajiban:

- a. menempelkan tanda masa berlaku izin, mencantumkan nama biro/penyelenggara Reklame atau tanda lain pada Reklame sesuai dengan yang ditetapkan oleh Walikota;
- b. memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk Reklame agar selalu berada dalam keadaan baik;
- c. membongkar Reklame beserta bangunan konstruksi segera setelah berakhirnya izin atau setelah izin dicabut dalam jangka waktu 3 x 24 jam, kecuali untuk Reklame layar, *sticker* dan selebaran harus dicabut dalam jangka waktu 1 x 24 jam; dan
- d. menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan Reklame yang menimbulkan kerugian pada pihak lain.

#### Pasal 23

Penyelenggara Reklame pada bando jalan, halte/shelter, serta fasilitas umum lainnya, agar berpartisipasi dalam kebersihan dan keindahan bangunan, taman dan sekitar media Reklame .

### BAB VI

#### PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

#### Pasal 24

- (1) Setiap penyelenggara Reklame terlebih dahulu mendapat izin tertulis dari walikota/pejabat yang ditunjuk.
- (2) Setiap penyelenggara Reklame tidak diperkenankan untuk memindah tangankan izin penyelenggara Reklame tanpa izin tertulis dari Walikota/pejabat yang ditunjuk.

- (3) Kepada pelaku usaha penyelenggaraan Reklame yang telah mendapatkan rekomendasi titik dari Dinas PUPR, harus mengurus izin penyelenggaraan Reklame di DPMPTSP Kota Samarinda.

#### Pasal 25

- (1) Masa berlakunya izin adalah 1 (satu) tahun kecuali untuk Reklame layar, minimal 1 (satu) hari, maksimal 30 (tiga puluh) hari dan dapat diperpanjang kembali.
- (2) Masa berlaku pemanfaatan dan pengelolaan Reklame pada bando jalan selama 3 (tiga) tahun dan dapat diperpanjang kembali sebanyak 1 (satu) kali untuk 2 (dua) tahun, selama memenuhi persyaratan administrasi dan teknis.

### Bagian Kesatu

#### Tata Cara Permohonan Izin

#### Pasal 26

- (1) Setiap pemohon penyelenggaraan Reklame mengajukan permohonan layanan perijinan melalui DPMPTSP.
- (2) Setiap permohonan penyelenggaraan Reklame melampirkan persyaratan sebagai berikut:
- a. Scan Kartu Tanda Penduduk (KTP) Pemohon dan/atau KTP Pemilik *advertising*;
  - b. Foto copy Surat lunas Pajak Bumi dan Bangunan tahun terakhir;
  - c. Foto copy izin pemancangan tiang pancang dari Pemerinta untuk Reklame yang ditempatkan di sarana dan prasarana pemerintah;
  - d. Foto copy izin pemakaian sewa tanah/lahan/bangunan dari pemilik;
  - e. Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah Perusahaan;
  - f. Melampirkan rencana anggaran biaya terhadap Reklame yang menggunakan konstruksi;
  - g. Surat garansi bank yang diterbitkan oleh Bank Pemerintah sebagai jaminan biaya pembongkaran Reklame;
  - h. Gambar konstruksi Reklame;
  - i. Naskah Reklame dan data visual;
  - j. Ukuran Reklame;
  - k. Gambar lokasi yang dimohon;
  - l. Akta pendirian perusahaan dan/atau akta perubahannya; dan
  - m. Memiliki Surat Izin Perusahaan.
- (3) Penyelenggaraan Reklame harus mendapatkan rekomendasi dari :
- a. Rekomendasi Dinas PUPR;
  - b. Rekomendasi Dinas Perhubungan;
  - c. Rekomendasi Dinas Komunikasi dan Informatika;
  - d. Rekomendasi Badan Pendapatan Daerah; dan
  - e. Rekomendasi Dinas Lingkungan Hidup.

## Pasal 27

- (1) Garansi bank diberlakukan bagi Reklame yang menggunakan tiang pancang.
- (2) Besarnya nilai garansi bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah 15% (lima belas persen) dari Nilai Pajak Reklame/biaya pemasangan Reklame yang tercantum dalam rencana anggaran biaya.
- (3) Masa berlaku garansi bank sekurang kurangnya sejak izin dimohonkan sampai dengan 30 (tiga puluh) hari setelah masa berlaku izin Reklame habis.
- (4) Bentuk garansi bank memuat nama dan alamat Dinas PUPR, dan hak penjamin, bentuk dan lokasi Reklame, nilai jaminan pembongkaran dalam angka dan huruf, kewajiban pihak-pihak penjamin untuk mencairkan Surat Jaminan Pembongkaran paling lama 14 (empat belas) hari kerja tanpa syarat kepada Dinas PUPR, masa berlaku jaminan pembongkaran dan tanda tangan penjamin.

## Pasal 28

- (1) Lama proses perizinan penyelenggaraan Reklame adalah selama 14 (empat belas) hari kerja apabila persyaratannya lengkap.
- (2) Proses permohonan penyelenggaraan Reklame adalah sebagai berikut:
  - a. pemohon mengajukan permohonan kepada Walikota atau pejabat yang ditunjuk;
  - b. Walikota atau Pejabat yang ditunjuk melakukan proses permohonan perizinan;
  - c. Perangkat Daerah terkait memberikan pertimbangan teknis kepada Walikota atau Pejabat yang ditunjuk; dan
  - d. Walikota atau Pejabat yang ditunjuk menerbitkan izin tertulis penyelenggaraan Reklame
- (3) Pertimbangan teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c meliputi: aspek keindahan, keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan dan kesehatan dalam menentukan ukuran, konstruksi dan penyajiannya.

Bagian Kedua  
Perpanjangan Izin

## Pasal 29

- (1) Perpanjangan izin Reklame harus dilakukan paling lambat 30 (tiga puluh) hari sebelum masa berlaku Reklame yang akan diperpanjang habis.
- (2) Setiap penyelenggara Reklame yang akan memperpanjang izin, tidak diperkenankan untuk melakukan perubahan terhadap ukuran, konstruksi, lokasi Reklame, jenis Reklame dan konten Reklame kecuali ada ijin tertulis dari Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.

## Pasal 30

Permohonan perpanjangan izin yang disertai perubahan sebagaimana proses permohonan izin Reklame baru ketentuan sebagaimana diatur dalam Pasal 26.

### Bagian Ketiga Pembatalan Dan Pencabutan Izin

#### Pasal 31

- (1) Izin penyelenggaraan Reklame dapat dibatalkan apabila penyelenggara Reklame yang telah mendapatkan izin tertulis tetapi belum melaksanakan pembangunan dan/atau diisi konten Reklame sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan.
- (2) Batas waktu Reklame pada *billboard* batas waktunya paling lama 1 (satu) bulan.
- (3) Apabila pemilik/pemegang izin melakukan pelanggaran ketentuan penyelenggaraan Reklame, maka sebelum diadakan pencabutan izin kepada pemilik/pemegang izin diberikan Surat Peringatan/teguran terlebih dahulu agar yang bersangkutan dapat memenuhi kewajiban dengan diberi jangka waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak surat dimaksud diterima.
- (4) Apabila sampai batas waktu tersebut dalam Surat Peringatan/teguran yang bersangkutan tidak juga memenuhi kewajibannya maka akan diterbitkan Keputusan Pencabutan Izin dan sekaligus dilakukan pembongkaran Reklame dimaksud.

#### Pasal 32

Surat Pemberitahuan, Surat Peringatan dan Surat Pencabutan Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 diterbitkan oleh Walikota atau pejabat yang ditunjuk.

#### Pasal 33

- (1) Reklame yang tidak berizin akan ditertibkan/dibongkar tanpa pemberitahuan/peringatan/teguran terlebih dahulu kepada penyelenggara Reklame.
- (2) Setiap penertiban/pembongkaran Reklame harus dibuatkan Berita Acara.

## BAB VII

### PENGENDALIAN/PENGAWASAN DAN PENERTIBAN/PEMBONGKARAN REKLAME

#### Bagian Kesatu

#### Pengendalian / Pengawasan Reklame

#### Pasal 35

- (1) Pengawasan/pengendalian Reklame dilaksanakan menurut tugas pokok dan fungsi yang ada pada Perangkat Daerah masing-masing, yaitu:
  - a. Pengawasan/pengendalian terhadap aspek estetika, konten Reklame ada pada Dinas Komunikasi dan Informatika dan Dinas Pariwisata;
  - b. Pengawasan/pengendalian terhadap aspek bentuk ornamen dan desain serta aspek konstruksi ada pada Dinas PUPR;
  - c. Pengawasan/pengendalian terhadap aspek perpajakan ada pada Dinas Pendapatan Daerah; dan
  - d. Penindakan, penertiban non-yustisial, tindakan penyelidikan dan tindakan administratif ada pada Satuan Polisi Pamong Praja.

- (2) Asosiasi/perkumpulan/perhimpunan pengusaha Reklame dapat berpartisipasi dalam pengawasan dan pengendalian Reklame, dengan cara melaporkan ke DPMPTSP terkait Reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.
- (3) Pengawasan/pengendalian dilakukan secara reguler dan hasil dari pada pengawasan/pengendalian disampaikan kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Samarinda untuk ditindaklanjuti.

## Bagian Kedua Penertiban Reklarne

### Pasal 36

- (1) Penertiban/pembongkaran Reklame dilaksanakan apabila :
  - a. penyelenggaraan Reklame telah habis masa berlakunya;
  - b. penyelenggaraan Reklame dilakukan tanpa memperoleh izin tertulis terlebih dahulu sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
  - c. penyelenggaraan Reklame dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan izin tertulis yang tidak berlaku; dan
  - d. pembayaran pajak kurang dari yang seharusnya dibayar dan/atau belum dibayar pajaknya.
- (2) Penertiban/pembongkaran Reklame harus dibuatkan dalam Berita Acara Pembongkaran.
- (3) Konstruksi/konten Reklame yang telah ditertibkan/dibongkar menjadi milik Pemerintah Daerah dan dapat dihapuskan/dimusnahkan dan harus dibuatkan dalam Berita Acara Pemusnahan.
- (4) Penertiban/pembongkaran Reklame dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota dan melibatkan Perangkat Daerah terkait serta hasil penertiban/pembongkaran menjadi milik Pemerintah Daerah.

### Pasal 37

- (1) Apabila dalam waktu paling lambat 3x24 jam sejak izin Reklame dicabut atau sudah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang, penyelenggara Reklame melaksanakan pembongkaran sendiri terhadap Reklame yang dipasang, maka garansi bank akan dikembalikan kepada yang bersangkutan setelah mengajukan Surat Permohonan Restitusi ke DPMPTSP.
- (2) Pelaksanaan pembongkaran sendiri terhadap Reklame oleh penyelenggara Reklame harus dilaporkan kepada DPMPTSP dalam waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Pengajuan surat permohonan restitusi garansi bank dimaksud pada ayat (1) paling lambat 14 (empat belas) hari sejak izin Reklame dicabut atau sudah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang.
- (4) Apabila batas waktu 14 (empat belas) hari sebagaimana dimaksud pada ayat (3) telah terlampaui maka garansi bank dapat dicairkan untuk biaya pembongkaran
- (5) Pengajuan surat permohonan restitusi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) dengan melampirkan :
- (6) Berdasarkan surat permohonan restitusi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3), petugas DPMPTSP bersama Dinas Teknis terkait melakukan

pemeriksaan lapangan dan membuat Berita Acara Pemeriksaan Lapangan.

- (7) Apabila hasil pemeriksaan lapangan sebagaimana dimaksud pada ayat (6), penyelenggara Reklame telah menyelesaikan pembongkaran Reklame hingga pondasi didalam tanah dan telah mengembalikan kondisi titik Reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula, maka restitusi atas Garansi Bank dapat direalisasikan.
- (8) Apabila hasil pemeriksaan lapangan sebagaimana dimaksud pada ayat (6), penyelenggara Reklame belum menyelesaikan pembongkaran Reklame hingga pondasi didalam tanah dan lokasi sekitarnya seperti semula, maka restitusi Garansi Bank belum dapat direalisasikan dan penyelenggara harus menyelesaikan pembongkaran dan pengembalian kondisi titik Reklame terlebih dahulu dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak pemberitahuan dari DPMPTSP.
- (9) Apabila dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak pemberitahuan dari DPMPTSP, penyelenggara telah membongkar Reklame hingga pondasi didalam tanah dan telah mengembalikan kondisi titik Reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula sebagaimana dimaksud pada ayat (8), maka restitusi Garansi Bank dapat direalisasikan.
- (10) Apabila dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak pemberitahuan dari DPMPTSP, penyelenggara belum membongkar Reklame hingga pondasi didalam tanah dan belum mengembalikan kondisi titik Reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula sebagaimana dimaksud pada ayat (8), maka restitusi atas jaminan biaya bongkar tidak dapat direalisasikan dan jaminan biaya bongkar disetorkan ke rekening kas umum daerah sebagai pendapatan daerah.

## BAB VIII TIM TEKNIS REKLAME

### Pasal 38

- (1) Tim Teknis Reklame dibentuk dengan Keputusan Walikota.
- (2) Penanggung jawab tim teknis Reklame adalah Sekretaris Daerah.
- (3) Keanggotaan Tim Teknis Reklame sekurang-kurangnya terdiri atas:
  - a. Dinas PUPR Badan Pendapatan Daerah;
  - b. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
  - c. Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman;
  - d. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota;
  - e. Dinas Pariwisata;
  - f. Dinas Lingkungan Hidup;
  - g. Dinas Perhubungan; dan
  - h. Satuan Polisi Pamong Praja.

### Pasal 39

- (1) Tim Teknis Reklame mempunyai tugas memberikan pertimbangan teknis dan administratif atas permohonan izin penyelenggaraan Reklame.
- (2) Pembagian tugas Tim Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah menurut tugas pokok dan fungsi yang ada pada Perangkat Daerah masing-masing.

BAB IX  
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 40

- (1) Evaluasi pola penyebaran dan peletakan titik Reklame dilaksanakan paling lambat setiap 3 (tiga) tahun sekali, dengan mempertimbangkan aspek estetika kota, ketertiban umum, keamanan dan rencana detail tata ruang kota.
- (2) Dengan berlakunya Peraturan Walikota ini, maka setiap Perjanjian Kerjasama, Surat Persetujuan Pemanfaatan Ruang (SPPR), serta izin yang telah terbit dinyatakan tetap berlaku sampai dengan habis masa berlaku izinnya dan selanjutnya menyesuaikan dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Walikota ini.

BAB X  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 41

Pada saat Peraturan Walikota ini mulai berlaku, Peraturan Walikota Nomor 26 Tahun 2012 tentang Penataan Titik Reklame (Berita Daerah Kota Samarinda Tahun 2012 Nomor 26), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 42

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dalam Berita Daerah Kota Samarinda.

Ditetapkan di Samarinda  
pada tanggal 30 Januari 2020  
WALIKOTA SAMARINDA,

ttd

SYAHARIE JA'ANG

Diundangkan di Samarinda  
pada tanggal 30 Januari 2020

SEKRETARIS DAERAH KOTA SAMARINDA,

ttd

SUGENG CHAERUDDIN

BERITA DAERAH KOTA SAMARINDA TAHUN 2020 NOMOR 77.

Salinan sesuai dengan aslinya  
Sekretariat Daerah Kota Samarinda  
Plt. Kepala Bagian Hukum,

H. TEJO SUTARNOTO, SH, M.Si.  
NIP. 196109201990031006