BUPATI MALUKU TENGAH

PROVINSI MALUKU

PERATURAN BUPATI MALUKU TENGAH

NOMOR 30 TAHUN 2021

TENTANG

PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI MALUKU TENGAH,

Menimbang :

a. bahwa untuk meningkatkan pelayanan penyelenggraan reklame yang mampu melindungi ketertiban umum, menciptakan keindahan kota yang serasi dengan aspek estetika dan lingkungan perkotaan serta memiliki fungsi sosial bagi masyarakat, perlu diatur pelaksanaan penyelenggaraan reklame;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Bupati tentang Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame;

Mengingat :

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 60 Tahun 1958 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat Nomor 23 Tahun 1957 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Swatantra Tingkat II Dalam Wilayah Daerah Swatantra Tingkat I Maluku (Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Tahun 1958 Nomor 111, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Nomor 1645);
3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Nomor 5049);
4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Nomor 244) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambaha Lembaran Negara Republik Indonesia Republik Indonesia Nomor 6573);

5. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan .
6. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 157);
7. Perataturan Daerah Kabupaten Maluku Tengah Nomor 1 Tahun 2018 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kabupaten Maluku Tengah Tahun 2018 Nomor 189);
8. Peraturan Daerah Kabupaten Maluku Tengah Nomor 04 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Maluku Tengah (Lembaran Daerah Kabupaten Maluku Tengah Tahun 2016 Nomor 183);

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN BUPATI TENTANG PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Daerah Kabupaten Maluku Tengah.
2. Pemerintah Daerah adalah Gubernur sebagai penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Bupati adalah Bupati Maluku Tengah.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu kepala daerah dan DPRD dalam penyelenggaraan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah.
5. Otonomi Daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.
6. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang selanjutnya disebut DPMPTSP adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Maluku Tengah;

7. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah;
8. 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.
9. Penyelenggara Reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
10. Asosiasi adalah perkumpulan badan usaha yang bergerak di bidang Reklame.
11. Titik Reklame adalah tempat dimana bidang reklame didirikan dan/atau ditempatkan.
12. Peletakan Reklame adalah tempat tertentu dimana titik Reklame ditempatkan baik didalam maupun diluar ruangan.
13. Tematik adalah sesuai dengan tema tertentu.
14. Reklame Tematik adalah reklame dengan tema tertentu dikawasan tematik yang memiliki fungsi dan manfaat terhadap masyarakat.
15. Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah, yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
16. 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.
17. Diatas bangunan adalah titik reklame yang ditempatkan diatas bangunan/gedung.
18. Bangunan gedung adalah wujud fisik hasil pekerjaan konstruksi yang menyatu dengan tempat kedudukannya, sebagian atau seluruhnya berada diatas dan/atau didalam tanah dan/atau air, yang berfungsi sebagai tempat manusia melakukan kegiatannya, baik untuk hunian atau tempat tinggal, kegiatan keagamaan, kegiatan usaha, kegiatan social, budaya maupun kegiatan khusus.
19. Bangunan-bangunan adalah suatu perwujudan arsitektur yang merupakan penciptaan lingkungan yang berdiri diatas tanah atau bertumpu pada landasan dengan susunan konstruksi tertentu sehingga terbentuk ruang yang terbatas seluruhnya atau sebagian diantaranya berfungsi sebagai dan/atau tidak merupakan pelengkap Bangunan Gedung.

20. Halaman adalah bagian ruang terbuka yang terdapat didalam persil.
21. Tinggi Ambang Bawah Reklame adalah jarak antara ambang paling bawah bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata atau atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan konstruksi reklame.
22. Panggung reklame adalah sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur dengan baik dalam suatu komposisi yang estesis, baik dari segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang kota beserta lingkungan sekitarnya.
23. Garansi Bank adalah jaminan pembongkaran secara tertulis yang bersifat mudah dicairkan dan tidak bersyarat (*unconditional),* yang dikeluarkan oleh Bank Pemerintah.
24. Restitusi adalah pengembalian kembali surat garansi Bank kepada penyelenggara reklame.
25. Reklame Layar adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu, seperti bandir, umbul-umbul dan spanduk.
26. Reklame Melekat (*sticker)* adalah Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
27. Reklame berjalan/kendaraan adalah Reklame yang ditempelkan pada kendaraan.
28. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon gas atau alat lain yang sejenis.
29. Reklame Totem (*sculpture)* adalah Reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan), berwujud dan terbuat dari bentukan papan, kayu, seng, tinplate, *colibrite, vynil,* alumunium, fiberglas, kaca, batu, te,bok atau beton, logam atau bahan lain sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) baik bersinar, disinari maupun tidak bersinar.
30. Tim Teknis Reklame adalah tim yang beranggotakan dari instansi teknis/perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Daerah yang memberikan pertimbangan kepada Bupati atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.
31. Nilai Jual Objek Reklame, yang selanjutnya disingkat NJOR, adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggaraan reklame.
32. Kawasan adalah ruang jalur jalan dan/atau persil yang dapat ditempatkan untuk peletakan titik Reklame.

BAB II

POLA PENYEBARAN DAN PELETAKAN REKLAME

Bagian Kesatu

Pola Penyebaran Reklame

Pasal 2

(1) Pola penyebaran reklame dibagi berdasarkan kawasan (zoning) terdiri dari kawasan tematik, kawasan khusus, kawasan selektif dan kawasan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(2) Kawasan tematik yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame terpilih dengan ciri dan pengaturan tertentu.

(3) Kawasan khusus adalah kawasan yang tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame.

(4) Kawasan selektif yaitu kawasan/lokasi tertentu merupakan lokasi bersejarah, lokasi konservasi dan preservasi, lokasi lain yang dipertimbangkan dan ditetapkan oleh Bupati yang dapat di selenggarakan kegiatan reklame melintang jalan (Bando) dan *billboard* secara selektif.

(5) Kawasan umum yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame diluar kawasan khusus dan kawasan tematik.

(6) Dengan nama Pajak Reklame, dipungut pajak atas penyelenggaraan reklame.

(7) Dengan izin Reklame dipungut Retribusi atas penyelenggaraan reklame.

Bagian Kedua

Perletakan Reklame

Pasal 3

(1) Setiap perletakan reklame harus memperhatikan keamanan, keselamatan, kenyamanan masyarakat, estetika, keserasian bangunan dan lingkungan serta sesuai dengan rencana kota.

(2) Pola penyebaran reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dirinci menjadi titik-titik reklame.

(3) Perletakan reklame dibagi menjadi :

a. titik reklame didalam sarana dan prasarana kota; dan

b. titik-titik reklame diluar sarana dan prasarana kota.

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

a. bahu jalan, *bern* jalan, trotoar, jembatan;

b. *shelter;*

c. bando jalan;

d. terminal dan pangkalan angkutan;

e. gelanggang/gedung olahraga;

f. pasar; dan

g. taman.

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

a. bangunan dengan cara menempelkan, atau menggantungkannya dan, atau dipancang diatas bangunan;

b. halaman;

c. ruas jalan utama;

d. dikendaraan dan ruang udara;

e. tempat, ruang yang telah disediakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Maluku Tengah; dan

f. melekat/menyatu pada dinding, tembok dan atau atap bangunan perseorangan.

(6) Perletakan reklame dapat ditempatkan dipersimpangan jalan dengan ketentuan paling banyak 1 (satu) titik ditiap sudut jalan, baik dipersil atau di *bern* jalan.

(7) Ketentuan penempatan reklame di *bern* jalan yaitu :

a. lebar *bern* paling sedikit 1,5 m (satu koma lima meter);

b. tidak menghalangi rambu-rambu lalu lintas dan Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas (APILL); dan

c. tidak mengganggu utilitas kota dan jalur difabel.

Pasal 4

(1) Pemasangan reklame diluar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud Pasal 3 ayat (5) dirinci berdasarkan kawasan (*zoning)*, yang terdiri atas ;

a. Kawasan khusus, yaitu :

1. perletakan reklame pada bangunan gedung, dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50 % (lima puluh persen) dari *fasade* bangunan; dan

2. perletkan reklame pada halaman dengan ukuran selubung penanda nama bangunan paling besar 2 x 5 m (dua kali lima meter).

b. Kawasan tematik, yaitu :

1. Perletakan reklame pada bangunan gedung:

a). dapat digantung maupun dapat ditempel dengan ukuran paling besar 50 % (lima puluh persen) dari *fasade* bangunan;

b). dipancang diatas bangunan gedung (atap) dengan ketentuan:

1). disesuaikan dengan selubung bangunan dan tidak boleh melebihi selubung bangunan yang ditetapkan oleh aturan bangunan setempat dengan tinggi reklame paling tinggi 5 (lima) meter dan ukuran selubung reklame paling besar 3 x 6 meter (tiga kali enam meter) untuk reklame produk; dan

2). dilengkapi dengan analisis perhitungan konstruksi bangunan eksisting dan konstruksi bangunan reklame oleh tenaga ahli bersertifikasi dibidangnya untuk ukuran reklame paling sedikit 10 m^2 (sepuluh meter persegi).

2. Perletakan reklame pada halaman dengan ketentuan sebagai berikut :

a). penempatan reklame paling banyak 1 (satu) titik, baik berupa identitas maupun reklame produk;

b). boleh berupa panggung reklame;

c). ukuran selubung Reklame paling besar 5 x 10 m (lima meter kali sepuluh meter); dan

d). tidak boleh melewati batas persil atau pagar.

3. Desain Konstruksi dan media Reklame harus ditutup dengan elemen arsitektural sesuai dengan tema kawasan.

c. Kawasan Umum, yaitu:

1. perletakan Reklame pada Bangunan Gedung dengan ketentuan sebagai berikut:

a) dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari fasade bangunan;

b) dipancang diatas bangunan gedung (atap):

1) disesuaikan dengan selubung bangunan dan tidak boleh melebihi selubung bangunan yang ditetapkan oleh aturan bangunan setempat dengan tinggi Reklame paling timggi 5 m (lima meter) dan ukuran selubung Reklame paling besar 3 x 6 m (tiga kali enam meter) untuk Reklame produk; dan

2) dilengkapi dengan analisis perhitungan konstruksi bangunan Reklame oleh tenaga ahli yang bersertifikat di bidangnya untuk ukuran Reklame paling sedikit 10 m^2 (sepuluh meter persegi).

2. perletakan Reklame pada halaman, diatur sebagai berikut:

a) penempatan Reklame hanya diperbolehkan pada satu titik baik berupa identitas maupun Reklame Produk;

b) boleh berupa panggung Reklame;

c) ukuran maksimal selubung Reklame 5 x 10 m (lima kali sepuluh meter); dan

d) tidak boleh melewati batas persil atau pagar.

BAB III

KAWASAN

Bagian Kesatu

Kawasan Tematik

Pasal 5

(1) Reklame yang berada pada ruas jalan di Kawasan Tematik, harus memuat nilai keunikan sesuai tema pada ruas jalan yang dimaksud.

(2) Nilai keunikan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), divisualisasikan dalam bentuk ornament, desain atau naskah Reklame.

(3) Bentuk ornament dan desain sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang perletakannya di dalam sarana dan prasarana kota, harus memiliki fungsi dan manfaat sosial.

(4) Pada Kawasan Tematik, Penyelenggaraan Reklame mengikuti aturan/prinsip umum perletakan Reklame sebagaimana diatur dalam Pasal 3 dan Pasal 4.

(5) Konsep ornamen dan desain Reklame dalam kawasan tematik sebagaimana dimaksud pada ayat (5). Dapat diimplementasikan kepada kawasan lain selain kawasan khusus Reklame, yang memiliki karakter kawasan yang sama.

Pasal 6

(1) Pada kawasan khusus Reklame yang diperbolehkan adalah Reklame yang menunjukkan identitas bangunan/kegiatan, dengan cara penempatan pada halaman, bangunan atau bangun-bangunan, kecuali pada kawasan lainnya yang berbatasan dengan kawasan khusus, Reklame naskah komersial diperbolehkan.

(2) Identitas bangunan/kegiatan sebagaimana di maksud pada ayat (1) dapat berupa tayangan elektronik seperti videotron, megatron atau light Emitting diode dengan naskah non komersial.

Bagian Kedua

Kawasan Seleksi

Pasal 7

(1) Dalam Kawasan Selektif, untuk kuota Reklame billboard sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

(2) Pemasangan Reklame bando dibatasi dengan ukuran paling besar 4 m x 70% (empat meter kali tujuh puluh persen) lebar perkerasan jalan, dan untuk billboard paling besar 10 x 5 m (sepuluh kali lima meter) dengan orientasi vertikal.

(3) Pada kawasan selektif, penyelenggaraan Reklame menyesuaikan dengan ciri/langgam bangunan kawasan sekitarnya.

Bagian Ketiga

Kawasan Umum

Pasal 8

(1) Pada Kawasan Umum, penyelenggaraan Reklame mengikuti ketentuan umum perletakan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan Pasal 4.

(2) Pada Kawasan Umum, Tim Teknis Reklame dapat melakukan perubahan titik Reklame dengan memperhatikan ketentuan letak, ukuran dan jarak.

BAB IV

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 permanen;
    1. spanduk;
    2. umbul-umbul;
    3. banner;
    4. baliho;
    5. bandir;
    6. led/megatron;
    7. papan/billboard/bando;

8. tinplat;
9. reklame melekat (sticker, graffiti dan mural);
10. reklame selebaran/brosur;
11. reklame berjalan termasuk pada kendaraan;
12. reklame udara;
13. reklame film;
14. reklame running text;
15. reklame neon box; dan
16. reklame totem.

b. reklame insidentil;
1. spanduk/kain;
2. umbul-umbul;
3. poster/stiker/melekat;
4. selebaran;
5. fragcain;
6. balon;
7. peragaan;
8. suara.

(3) Penyelenggaran reklame menurut ukuran luasan reklame disesuaikan dengan lebar jalan atau halaman/persil dengan luas paling banyak 50 m^2 (lima puluh meter persegi), dikecualikan pada reklame identitas dan atau reklame yang menempel di bangunan/gedung dan bangun-bangunan.

(4) Penyelenggaraan reklame menurut konstruksi adalah :
a. Konstruksi berat, untuk reklame jenis megatron, vidoetron, light emiting diode (LED), billboard dan electronic display terdiri atas :
1. kaki tunggal adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya hanya satu;
2. kaki ganda adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya terdiri atas 2 (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.
b. Selain konstruksi sebagaimana dimaksud pada huruf a adalah konstruksi ringan.

(5) Penyelenggaraan reklame menurut kelas jalan adalah :
a. Jalan nasional;
b. Jalan provinsi;
c. Jalan kabupaten; dan
d. Jalan lokal/lingkungan

BAB V

KETENTUAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Bagian Kesatu

Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame

Pasal 10

(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 pandangan lalu lintas, keindahan, keamanan, keselamatan, kesehatan dan ketertiban umum.

(3) Naskah reklame harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik, dapat digunakan dengan memperhatikan norma-norma agama, aspek estetis dan kesopanan yang sesuai dengan kultur bangsa Indonesia.

(4) Bahasa yang digunakan baik untuk reklame suara maupun tulisan adalah bahasa Indonesia, dengan ketentuan jika reklame tulisan menggunakan bahasa asing harus dicantumkan terjemahannya dalam bahasa Indonesia.

(5) Tulisan, suara dan gambar yang digunakan tidak bertentangan dengan kesusilaan, kesopanan, ketertiban umum, keagamaan, kesehatan dan keindahan.

(6) Penyelenggara reklame wajib memelihara reklame yang bersangkutan agar tetap terawatt dengan baik sehingga tidak mengganggu keindahan, keamanan, keselamatan, kesehatan dan ketertiban umum.

(7) Reklame produk dilarang dipasang pada kawasan kantor pemerintah, kawasan rumah sakit, kawasan rumah dinas, kawasan tempat ibadah, tiang listrik/telepon, tiang penerangan jalan umum, Gardu, pohon jalur hijau, rambu-rambu lalu lintas, petunjuk jalan dan kendaraan dinas.

Pasal 11

(1) Reklame rokok atau minuman beralkohol, dilarang ditempatkan atau dipasang pada jalan arteri primer dan kawasan tanpa rokok.

(2) Jarak bebas pandang larangan iklan rokok atau minuman beralkohol 100 m (seratus meter) dari batas terluar persil kawasan tanpa rokok.

(3) Kawasan tanpa rokok terdiri atas kawasan fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar (pendidikan formal), tempat anak bermain (taman bermain), tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja, tempat umum dan tempat lain yang ditetapkan dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

(4) Untuk penyelenggaraan reklame minuman beralkohol hanya dapat diselenggarakan di dalam tempat tertentu yang diizinkan menjual minuman beralkohol.

(5) Reklame naskah rokok dan/atau minuman beralkohol tidak boleh diletakkan memotong jalan atau melintang.

(6) Untuk penyelenggaraan reklame produk rokok hanya dapat diselenggarakan di kawasan tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dengan ukuran luasan reklame disesuaikan dengan lebar jalan, dengan dimensi reklame paling besar 4 x 6 m (empat kali enam meter).

(7) Batasan reklame produk rokok atau minuman beralkohol dilakukan sebagai berikut:

a. mencantumkan peringatan kesehatan dalam bentuk gambar dan tulisan sebesar paling sedilit 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-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.

Bagian Kedua

Penempatan dan Pemasangan Reklame

Pasal 12

Penempatan dan pemasangan reklame harus berdasarkan kriteria sebagai berikut:

a. tidak mengganggu atau membahayakan pejalan kaki, pengendara atau pengguna jalan yang lain, seperti:
   1. konstruksi yang tepat, kuat dan tidak membahayakan;
   2. struktur yang permanen;
   3. tidak melintang jalan, kecuali yang terpasang pada JPO dan/atau bando jalan;
   4. untuk reklame yang terpancang pada persil, proyeksi bidang reklame tidak melewati batas persil;
   5. untuk reklame yang terpancang pada berm jalan, proyeksi bidang reklame tidak melewati batas berm jalan;
   6. tidak rancu dan tidak menghalangi rambu-rambu lalu lintas dan Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas (APILL);
   7. pencahayaan tidak menyilaukan pengendara dan pengguna jalan; dan
   8. efektif dalam menyampaikan informasi.
b. Tidak mengganggu keindahan visual wajah kota seperti:
   1. tidak menghalangi atau menutupi atau merusak bangunan-bangunan khusus, diantaranya yang mempunyai arsitektur baik bangunan bersejarah dan bangunan yang dilestarikan; dan
   2. terintegrasi dengan ukuran yang layak dan proposional sesuai kawasannya/lingkungannya.
c. tidak merusak lingkungan alami yang sudah ada seperti:
   1. tidak menempel dengan cara dipaku di pohon, tidak menebang pohon, dipasang ditiang listrik, tiang telepon, tiang lampu penerangan jalan umum,rambu lalu lintas dan lampu Traffic light.
   2. Tidak menghalangi pandangan, sinar matahari dan udara segar.
d. tidak mengorbankan kepentingan umum dan utilitas umum; dan
e. naskah dan gambar reklame tidak mengganggu ketertiban umum, tidak melanggar norma kesusilaan dan norma kesopanan.

Pasal 13

(1) Tinggi ambang bawah reklame terhadap permukaan trotoar, bahu jalan ditentukan paling rendah 5 m (lima meter), dengan pertimbangan agar badan reklame tidak bisa dijangkau oleh tangan manusia dan kendaraan.

(2) Tinggi ambang bawah reklame terhadap permukaan jalan adalah 5,5 m (lima koma lima meter).

Pasal 14

Ketentuan penempatan reklame yang diperbolehkan adalah sebagai berikut:

a. pada halaman hanya diperbolehkan pada satu titik penempatan konstruksi reklame.

b. pada bangunan Gedung:

   1. ukuran paling besar proyeksi reklame pada muka (fasade) bangunan adalah 50 % (lima puluh persen) dari luas keseluruhan muka (fasade) bangunan;

   2. menempel/menggantung atau dipancang pada bangunan/bangun-bangunan; dan

   3. reklame tidak diperbolehkan menempel pada bangunan Cagar Budaya dikecualikan untuk reklame identitas dengan ukuran paling besar 10 % dari luas keseluruhan muka (fasade) bangunan.

c. pada atap bangunan dengan tinggi konstruksi paling tinggi 5 m (lima meter) dari atap bangunan Gedung, bangun-bangunan dan tidak melanggar ketentuan teknis Kawasan Keselamatan Operasi Penerbangan (KKOP).

Pasal 15

Dalam penempatan dan pemasangan reklame, pihak penyelenggara harus melengkapi reklame dengan lampu penerangan listrik yang memenuhi syarat dan ketentuan teknis yang berlaku serta dipelihara secara berkala.

Pasal 16

Penempatan dan pemasangan reklame pada bangunan/bangun-bangunan yang berdekatan dengan Kawasan Keselamatan Operasi Penerbangan dan Lepas Landas Pangkalan Udara, diwajibkan menempel pada bangunan/bangun-bangunan.

Pasal 17

(1) Pemasangan reklame yang berdekatan dengan jaringan Pembangkit Listrik Negara (PLN) untuk jarak bebas dengan papan reklame diatur sesuai persyaratan teknis yang berlaku.

(2) Apabila tiang konstruksi terbuat dari bahan konduktif maka tiang tersebut harus dilengkapi alat pengaman.

Pasal 18

(1) Setiap konstruksi reklame diwajibkan untuk diasuransikan dengan ketentuan:
   a. reklame yang berada di persil dan bangunan Gedung dengan ukuran $\geq$ 10 m^2 (lebih dari atau sama dengan sepuluh meter persegi); dan
   b. reklame yang berada di sarana dan prasarana kota untuk semua ukuran reklame.

(2) Asuransi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah untuk melindungi apabila terjadi kecelakaan atau musibah yang diakibatkan oleh penyelenggara Reklame, menjadi beban dan tanggung jawab penyelenggara Reklame.

Pasal 19

Untuk Pemasangan Reklame *neon box, minitron, videotron, minitron Light Emitting Diode* (LED), diatur dengan ketentuan sebagai berikut:
a. *design* harus *etis* dan *estetis;*
b. harus inovatif dan proporsional; dan
c. pencahayaan harus optimal, tidak mengganggu pengguna kendaraan dengan memenuhi standar dan ketentuan yang berlaku dan memilki Kwh meter tersendiri yang menjadi tanggung jawab penyelenggara Reklame.

Pasal 20

Ketentuan tambahan untuk beberapa jenis Reklame diatur sebagai berikut:
a. untuk Reklame jenis layar diatur sebagai berikut;
   1. harus menggunakan bahan dari kain atau sejenisnya;
   2. dipasang sejajar jalan;
   3. dilarang dikaitkan pada tiang listrik, telepon, tiang bendera, pagar, tiang penerang jalan umum, rambu lalu lintas, lampu pengatur lalu lintas dan pohon; dan
   4. dilarang melintang jalan.

b. untuk Reklame yang menggunakan pencahayaan tambahan, dilarang menggunakan lampu berwarna yang menyerupai lampu pengatur lalu lintas;

c. untuk Reklame yang menggunakan suara;
   1. harus menghentikan suara jika melewati tempat ibadah, sekolah dan rumah sakit pada jarak 50 m (lima puluh meter, sebelum dan sesudah tempat tersebut; dan
   2. dilarang menggunakan suara yang menyerupai sirine ambulans, petugas lalu lintas dan/atau pemadam kebakaran.

d. untuk selebaran:
   1. harus dilakukan dengan cara diberikan langsung kepada khalayak umum yang dituju;
   2. dilarang disebar di jalan sehingga mengganggu ketertiban lalu lintas dan keselamatan umum;
   3. dilarang dikaitkan pada tiang listrik, telepon, tiang bendera, pagar dan pohon; dan
   4. dilarang ditempel di tempat umum antara lain tembok, pintu toko dan fasilitas umum lainnya.

e. Semua jenis Reklame berupa layar, poster, selebaran, brosur, pamflet dan sejenisnya harus ada cap/legalisir Bupati atau pejabat yang ditunjuk.

BAB VI

PENGENDALIAN/PENGAWASAN DAN PENERTIBAN/PEMBONGKARAN REKLAME

Bagian Kesatu
Pengendalian dan Pengawasan

Pasal 21

(1) Pengawasan dan pengedalian Reklame dilaksanakan menurut tugas pokok dan fungsi yang ada pada Perangkat Daerah masing-masing, yaitu:
   a. Pengawasan, pengendalian terhadap aspek perizinan ada pada DPMPTSP;
   b. Pengawasan, pengendalian terhadap aspek estetika, naskah ada pada Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman dan Pertahanan;
   c. Pengawasan, pengendalian terhadap aspek bentuk ornament dan desain ada pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang;
   d. Pengawasan, pengendalian terhadap aspek konstruksi, pencahayaan ada pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang;
   e. Pengawasan, pengendalian terhadap aspek perpajakan ada pada Badan Pendapatan Daerah;
   f. penindakan, penertiban non-yustisial, Tindakan penyelidikan, dan tindakan administrative ada pada Satuan Polisi Pamong Praja;

(2) Asosiasi atau perkumpulan atau perhimpunan pengusaha Reklame, dapat berpartisipasi dalam pengawasan dan pengendalian Reklame, dengan cara melaporkan kepada DPMPTSP terkait Reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

(3) Pengawasan/pengendalian dilakukan secara regular dan hasil dari pada pengawasan/pengendalian disampaikan kepada Satuan Polisi Pamong Praja.

Bagian Kedua

Penertiban dan Pembongkaran

Pasal 22

(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 Peraturan Perundang-undangan yang berlaku;
   c. Penyelenggaraan Reklame dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan izin tertulis yang berlaku;
   d. Pembayaran pajak kurang dari yang seharusnya dibayar dan atau belum dibayar pajaknya;
(2) Penertiban/pembongkaran Reklame harus dibuatkan dalam Berita Acara Pembongkaran.
(3) Kontruksi, Materi Reklame yang telah diterbitkan/dibongkar menjadi milik pemerintah Daerah Maluku Tengah dapat dihapuskan, dimusnahkan dan harus dibuatkan dalam Berita Acara Pemusnahan sesuai ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
(4) Penertiban/Pembongkaran Reklame dilakukan oleh satuan Polisi Pamong Praja dan melibatkan Perangkat Daerah terkait serta hasil penertiban/pembongkaran menjadi milik Pemerintah Daerah Maluku Tengah.

Pasal 23

(1) Apabila dalam waktu paling lambat 3 x 24 (tiga kali dua puluh empat) jam sejak surat penolakan izin/perpanjangan diterima pemohon, penyelenggara Reklame melaksanakan pembongkaran sendiri terhadap Reklame yang dipasang, maka Garansi Bank akan dikembalikan kepada yang bersangkutan setelah mengajukan Surat Permohonan Retribusi kepada 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 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:

a. Surat Izin Penyelenggara Reklame yang telah habis masa berlakunya atau dicabut.

b. foto lokasi penyelenggaraan Reklame sebelum dan sesudah pembongkaran.

(6) Berdasarkan Surat Permohonan restitusi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3), Petugas DPMPTSP bersama Perangkat Daerah 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 belum mengembalikan kondisi titik Reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula, maka restitusi atas Garansi Bank belum dapat direalisasikan dan penyelenggara wajib 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 atas 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 tidak dapat direalisasikan dan jaminan biaya bongkar disetorkan ke rekening kas umum daerah sebagai pendapatan daerah.

BAB X

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 24

(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) Perjanjian Kerjasama Kesesuaian Kegiatan Pemanfaatan Ruang (KKPR), serta izin yang telah terbit sebelum Peraturan Bupati ini berlaku, dinyatakan tetap berlaku sampai dengan habis masa berlaku izinnya dan selanjutnya menyesuaikan dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Bupati ini.

BAB XI

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 25

Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Maluku Tengah.

Ditetapkan di Masohi
pada tanggal 9 Agustus 2021
BUPATI MALUKU TENGAH,

ttd

TUASIKAL ABUA

Diundangkan di Masohi
pada tanggal 9 Agustus 2021
SEKRETARIS DAERAH MALUKU TENGAH,

ttd

RAKIB SAHUBAWA

LEMBARAN DAERAH KABUPATEN MALUKU TENGAH TAHUN 2021 NOMOR 540