



WALIKOTA SALATIGA  
PROVINSI JAWA TENGAH

PERATURAN DAERAH KOTA SALATIGA  
NOMOR 22 TAHUN 2018

TENTANG  
PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA SALATIGA,

- Menimbang : a. bahwa penggunaan reklame sebagai media informasi publik untuk tujuan komersial dan non komersial harus memenuhi aspek legalitas, estetika, dan kemanfaatan serta kesesuaiannya dengan rencana tata ruang kota;
- b. bahwa untuk maksud tersebut pada huruf a, Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 6 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Reklame dipandang sudah tidak sesuai dengan kebutuhan sosial ekonomi masyarakat dan perkembangan pola ruang, sehingga perlu diganti;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame;
- Mengingat : 1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kota Kecil dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jawa Barat;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
4. 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);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1992 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Salatiga dan Kabupaten Tingkat II Semarang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 114, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia

- Nomor 3500);
6. Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 4 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Salatiga (Lembaran Daerah Kota Salatiga Tahun 2011 Nomor 4);
  7. Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pokok-pokok Pengelolaan Daerah (Lembaran Daerah Kota Salatiga Tahun 2016 Nomor 2);
  8. Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 6 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kawasan Tanpa Rokok (Lembaran Daerah Kota Salatiga Tahun 2016 Nomor 6);
  9. Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah (Lembaran Daerah Kota Salatiga Tahun 2016 Nomor 9);

Dengan Persetujuan Bersama  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA SALATIGA  
dan  
WALIKOTA SALATIGA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN DAERAH TENTANG PENYELENGGARAAN  
REKLAME.

## BAB I KETENTUAN UMUM

### Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Salatiga.
2. Pemerintah Daerah adalah Walikota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah.
3. Walikota adalah Walikota Salatiga.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Walikota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah.
5. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang yang selanjutnya disingkat DPUPR adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Salatiga.
6. Reklame adalah benda, merek dagang, lambang, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan/atau corak ragamnya untuk tujuan komersil atau non-komersil yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, menciptakan citra atau memujikan suatu barang, jasa ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, seseorang atau badan yang diselenggarakan ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.
7. Penyelenggaraan reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan, jenis, bentuk pemanfaatan, perizinan, penyelenggara, pengendalian, pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi.



8. Reklame permanen adalah reklame yang diselenggarakan secara tetap dan bahan baku yang digunakan dapat bertahan lebih dari 1 (satu) tahun serta bangunannya berkonstruksi.
9. Reklame insidental adalah penyelenggaraan reklame yang bersifat sementara meliputi material konstruksi bukan permanen dan tidak tetap serta bahan baku yang digunakan tidak dapat bertahan lama, jangka waktu yang terbatas/singkat dan materi isi reklame yang berupa event kegiatan bukan promosi produk.
10. Reklame papan *billboard* adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, *calli brete*, *vinyle* termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang pada bangunan/konstruksi reklame yang secara khusus dibangun dan diperuntukkan bagi pemasangan dan penayangan reklame.
11. Reklame megatron/reklame *running text*/videotron/*large electronic display* adalah reklame yang menggunakan layar monitor video besar dengan teknologi yang menggunakan teknologi *large electronic display* yang menyajikan program reklame atau visual iklan yang aktif hidup dan bersinar baik dalam bentuk video, gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik dan atau sumber tenaga lainnya yang sejenis, baik yang dipasang pada reklame papan/*billboard* maupun yang ditempelkan pada bangunan/gedung.
12. Reklame *neon box* adalah jenis reklame yang diselenggarakan menggunakan konstruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan didalamnya dan memiliki rancangan atau desain khusus dengan mengedepankan aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai aksesoris kota.
13. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu seperti spanduk, umbul-umbul, poster, *banner*, dan tenda.
14. Reklame melekat/stiker adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> (dua ratus centimeter persegi) per lembar.
15. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
16. Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
17. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
18. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
19. Reklame *slide* atau reklame film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan pada layar atau benda lain di dalam ruangan.



20. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
21. Reklame apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung di permukaan air.
22. Reklame *graffiti* adalah reklame yang diselenggarakan dalam bentuk coretan-coretan yang berunsur seni (*art*) dengan menggunakan komposisi warna, garis, bentuk untuk menginformasikan atau mempromosikan suatu produk barang atau jasa yang diselenggarakan pada dinding atau bidang bangunan.
23. Reklame bus *shelter* adalah promosi iklan yang ditempel pada halte penumpang bus, biasanya ditempel pada papan, dinding dan/atau kursi halte.
24. Reklame baliho adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu produk atau kegiatan yang bersifat insidental.
25. Reklame spanduk adalah jenis reklame visual yang terbuat dari kain yang memanjang, dengan posisi vertikal melintang/horizontal.
26. Reklame umbul-umbul adalah jenis reklame visual yang terbuat dari kain dan atau plastik yang memanjang dengan posisi vertikal, dipasang pada tiang-tiang.
27. Reklame poster adalah reklame berupa gambar dan tulisan pada selebaran kertas dan ditempel di tempat umum.
28. Reklame tenda adalah reklame yang terbuat dari kain, plastik dan atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi berbentuk tenda yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu produk pada acara atau kegiatan yang bersifat insidental.
29. Reklame *banner* adalah salah satu media promosi yang dicetak dengan *print digital* dengan ukuran lebih kecil dari baliho.
30. Bangunan reklame adalah reklame yang terdiri dari bidang reklame berikut komponen struktur yang memikulnya dan segala sesuatu yang terinstalasi pada bangunan tersebut.
31. Gambar Tata Letak Bangunan Reklame, yang selanjutnya disingkat gambar TLBR adalah gambar rencana peletakan titik reklame bagi pemasangan reklame yang memerlukan konstruksi.
32. Pola Persebaran Perletakan Reklame adalah konfigurasi perletakan reklame yang tercermin dalam peta sebagai acuan dan arahan dalam penyelenggaraan reklame.
33. Peruntukan lokasi reklame adalah tempat tertentu dimana titik reklame ditempatkan atau ditempelkan.
34. Zona reklame adalah tempat dan/atau lokasi di mana bidang reklame didirikan atau ditempelkan.
35. Pajak reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah pungutan daerah atas pemasangan reklame.
36. Sewa titik reklame adalah pemanfaatan barang milik daerah berupa titik reklame pada sarana dan prasarana kota oleh pihak penyelenggara reklame dalam jangka waktu tertentu dengan membayarkan harga sewa kepada Pemerintah Daerah berdasarkan perjanjian sewa menyewa titik reklame antara Pemerintah Daerah dengan penyelenggara reklame.
37. Harga sewa titik reklame adalah harga sewa yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah untuk setiap titik reklame.



38. Perjanjian sewa titik reklame adalah perjanjian sewa menyewa untuk pemanfaatan titik reklame yang dibuat dan ditandatangani oleh Pemerintah Daerah dengan penyelenggara reklame untuk jangka waktu tertentu dan dengan harga sewa yang ditetapkan Pemerintah Daerah.
39. Bidang reklame adalah bagian dari konstruksi yang digunakan sebagai tempat penyajian reklame.
40. Jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan/atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori, dan jalan kabel.
41. Jalan umum adalah jalan yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum.
42. Sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai Pemerintah Daerah yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
43. Zona reklame adalah tempat dan/atau lokasi di mana bidang reklame didirikan atau ditempelkan.
44. Zona putih adalah kawasan yang dilarang melakukan peletakan reklame (bersifat komersial).
45. Zona terbatas adalah kawasan tertentu yang hanya boleh dipasang reklame dengan pengaturan yang lebih spesifik lagi termasuk kawasan yang tidak diperbolehkan adanya unsur materi rokok, pornografi dan suku, agama, ras dan antar golongan.
46. Zona umum adalah merupakan kawasan perdagangan-jasa yang memungkinkan penempatan reklame dalam jumlah banyak dan kawasan yang diperbolehkan dipasang reklame yang terdiri dari kawasan perumahan atau hunian dimana pemasangan reklame di kawasan tersebut diperbolehkan namun bersyarat dengan memperhatikan lingkungan sekitar.
47. Penunjang kelengkapan kota adalah keseluruhan ornamen sarana dan prasarana kota.
48. Penyelenggara reklame adalah orang atau badan yang telah memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dari Pemerintah Daerah untuk melakukan Penyelenggaraan Reklame.
49. Badan adalah suatu badan usaha meliputi Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, persekutuan, perkumpulan, firma, kongsi, koperasi, yayasan atau organisasi yang sejenis, lembaga dana pensiun, bentuk badan usaha lainnya.
50. Tata ruang adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang baik direncanakan maupun tidak.
51. Penataan ruang adalah konsep perencanaan tata ruang, pemanfaatan ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang.
52. Rencana tata ruang adalah rencana tata ruang di Daerah.

## Pasal 2

Pengaturan Penyelenggaraan Reklame dilaksanakan berdasarkan asas:

- a. kepentingan umum;
- b. kepastian hukum;



- c. partisipatif;
- d. keterbukaan;
- e. akuntabilitas; dan
- f. pelayanan yang baik.

### Pasal 3

Pengaturan Penyelenggaraan Reklame bertujuan:

- a. mewujudkan ketertiban, etika, estetika, dan keselarasan lingkungan;
- b. memberikan kepastian hukum;
- c. meningkatkan perekonomian masyarakat;
- d. meningkatkan kualitas pelayanan barang dan jasa publik; dan
- e. mengoptimalkan penerimaan daerah dan pendayagunaan barang milik daerah.

## BAB II WEWENANG DAN TANGGUNG JAWAB PEMERINTAH DAERAH

### Pasal 4

Dalam penyelenggaraan reklame, Pemerintah Daerah mempunyai wewenang dan tanggung jawab:

- a. menetapkan kebijakan teknis penyelenggaraan reklame di daerah;
- b. melaksanakan perencanaan, program, pengembangan dan evaluasi kebijakan penyelenggaraan reklame;
- c. menetapkan standar pelayanan penyelenggaraan reklame;
- d. menyusun pola penyebaran perletakan reklame;
- e. menyusun kebutuhan sarana dan prasarana reklame; dan
- f. mengoptimalkan potensi penerimaan daerah dan mendayagunakan barang milik daerah.

## BAB III JENIS REKLAME

### Pasal 5

Jenis reklame dibedakan menurut:

- a. durasi waktu;
- b. isi materi; dan
- c. alat, bentuk, material atau bahan.

### Pasal 6

- (1) Jenis Reklame menurut durasi waktu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 huruf a, terdiri atas:
  - a. reklame permanen; dan
  - b. reklame insidental.
- (2) Reklame permanen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, meliputi:
  - a. reklame papan / *billboard*;
  - b. reklame *megatron*, *reklame running text*, *videotron*, *large electronic display (LED)*;
  - c. reklame *neon sign/neon box*;
  - d. reklame *bus shelter*;
  - e. reklame berjalan/kendaraan;
  - f. reklame suara;
  - g. reklame film/slide;
  - h. reklame *graffiti*; dan



- i. reklame lainnya sesuai perkembangan teknologi periklanan luar ruang.
- (3) Reklame insidentil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, meliputi:
  - a. reklame baliho;
  - b. reklame spanduk;
  - c. reklame umbul-umbul;
  - d. reklame poster;
  - e. reklame tenda;
  - f. reklame *banner*;
  - g. reklame apung;
  - h. reklame udara;
  - i. reklame peragaan;
  - j. reklame kain;
  - k. reklame *mobile*;
  - l. reklame melekat/stiker;
  - m. reklame selebaran; dan
  - n. reklame lainnya sesuai perkembangan teknologi periklanan luar ruang.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis reklame menurut durasi waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Walikota.

#### Pasal 7

- (1) Jenis Reklame menurut isi materi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 huruf b, terdiri atas:
  - a. reklame komersial; dan
  - b. reklame non komersial.
- (2) Reklame komersial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a mencakup reklame yang isi materinya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi (*profit oriented*).
- (3) Reklame non komersial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b mencakup reklame yang isi materinya berupa ajakan, himbauan, saran, peringatan, dan informasi kepada masyarakat, tanpa tujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi (*profit oriented*).
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis reklame menurut isi materi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Walikota.

#### Pasal 8

- (1) Jenis Reklame menurut alat, bentuk, material, atau bahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 huruf c, meliputi:
  - a. reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron*/*running text* dan sejenisnya;
  - b. reklame kain;
  - c. reklame melekat/stiker;
  - d. reklame selebaran;
  - e. reklame berjalan termasuk pada kendaraan;
  - f. reklame udara;
  - g. reklame apung;
  - h. reklame suara;
  - i. reklame film/slide; dan
  - j. reklame peragaan.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis reklame menurut alat, bentuk, material, atau bahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Walikota.



BAB IV  
PERENCANAAN

Bagian Kesatu  
Pola Persebaran Perletakan Zona Reklame

Pasal 9

- (1) Persebaran perletakan titik reklame di daerah harus memperhatikan etika, estetika, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana tata ruang.
- (2) Pola persebaran perletakan titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) didasarkan pada kawasan (*zoning*), terdiri atas:
  - a. zona putih;
  - b. zona terbatas; dan
  - c. zona umum.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pola persebaran perletakan zona reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dengan Peraturan Walikota.

Pasal 10

- (1) Bentuk reklame yang diselenggarakan di Zona Reklame dibedakan berdasarkan:
  - a. posisi terhadap jalan;
  - b. posisi panjang dan lebar bidang;
  - c. sudut pandang; dan
  - d. ukuran.
- (2) Bentuk reklame berdasarkan posisi terhadap jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, terdiri atas:
  - a. membujur/searah jalan; dan
  - b. melintang atau memotong jalan.
- (3) Bentuk reklame berdasarkan posisi panjang dan lebar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, terdiri atas:
  - a. vertikal; dan
  - b. horisontal.
- (4) Bentuk reklame berdasarkan sudut pandang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, terdiri atas:
  - a. satu muka/sisi;
  - b. dua muka/sisi; dan
  - c. lebih dari 2 (dua) muka/sisi.
- (5) Bentuk reklame berdasarkan ukuran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d, terdiri atas:
  - a. reklame besar, dengan ukuran 24 m<sup>2</sup> (dua puluh empat meter persegi) sampai dengan 60 m<sup>2</sup> (enam puluh meter persegi);
  - b. reklame sedang, dengan ukuran 12 m<sup>2</sup> (dua belas meter persegi) sampai kurang dari 24 m<sup>2</sup> (dua puluh empat meter persegi);
  - c. reklame kecil, dengan ukuran kurang dari 12 m<sup>2</sup> (dua belas meter persegi); dan
  - d. reklame khusus, untuk ukuran reklame cahaya disesuaikan dengan keluasaan media yang dipergunakan.
- (6) Jumlah reklame besar sebagaimana dimaksud pada ayat (5) huruf a pada setiap sudut simpang paling banyak diselenggarakan 1 (satu) titik reklame.
- (7) Ukuran reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (5) yang menempel pada bangunan paling besar 60% (enam puluh persen) dari keluasaan *facade*.



- (8) Bentuk reklame dilarang menyerupai alat pemberi isyarat lalu lintas.
- (9) Ketentuan lebih lanjut mengenai bentuk reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diatur dengan Peraturan Walikota.

#### Pasal 11

Bangunan cagar budaya hanya dapat digunakan untuk media reklame sebagai berikut:

- a. reklame usaha/profesi dengan ketentuan paling besar 10% (sepuluh persen) dari keluasan *facade* dan ketinggian paling tinggi 1,5 m (satu koma lima meter); dan/atau
- b. reklame cahaya.

#### Pasal 12

- (1) Penempatan reklame dapat dilakukan pada:
  - a. tanah persil milik perorangan atau badan usaha, meliputi:
    1. di halaman;
    2. menempel di bangunan gedung bagian depan dan/atau samping;
    3. di atas bangunan gedung; atau
    4. di dalam bangunan gedung.
  - b. tanah persil Pemerintah dan/atau fasilitas umum, meliputi:
    1. tiang penerangan jalan umum yang sudah disediakan sarana reklame;
    2. halte bus;
    3. jembatan penyeberangan;
    4. pasar/terminal/taman/tempat khusus parkir;
    5. gapura;
    6. tugu;
    7. pos polisi;
    8. penunjuk peta kota; atau
    9. instansi pemerintah.
- (2) Penempatan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus berada di luar dari bahu jalan, trotoar, atau jalur lalu lintas dengan jarak minimal 1 m (satu meter) dari tepi paling luar bahu jalan, trotoar, atau jalur lalu lintas.
- (3) Dalam hal tidak terdapat ruang di luar bahu jalan, trotoar, atau jalur lalu lintas sebagaimana dimaksud pada ayat (2), reklame dapat ditempatkan di sisi terluar ruang milik jalan.
- (4) Khusus reklame jenis kain/*vinyl*/plastic tidak dapat ditempatkan di ruang milik jalan pada ruas Jalan.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai penempatan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Walikota.

### Bagian Kedua Rancang Bangun Reklame

#### Pasal 13

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame megatron, videotron, *Large Electronic Display* (LED) dan papan/*billboard* harus memperhatikan rancang bangun reklame yang meliputi ukuran (dimensi), konstruksi, dan penyajian.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai teknis rancang bangun reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diatur dengan Peraturan Walikota.

BAB V  
PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 14

- (1) Penyelenggara reklame adalah:
  - a. perorangan;
  - b. badan; dan
  - c. pihak ketiga.
- (2) Perorangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a menyelenggarakan reklame untuk kepentingan diri sendiri.
- (3) Badan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b menyelenggarakan reklame untuk kepentingan badan.
- (4) Pihak ketiga sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c merupakan badan hukum yang menyelenggarakan jasa layanan reklame/periklanan.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai kriteria Penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Walikota.

Pasal 15

- (1) Materi Reklame disusun dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. menggunakan huruf latin dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar;
  - b. menggunakan bahasa asing di bagian bawah bahasa Indonesia, dengan huruf latin yang berukuran lebih kecil.
- (2) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b untuk nama perusahaan/cabang perusahaan atau merek dagang yang telah mendapatkan hak paten dari luar negeri.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penyusunan materi Reklame diatur dengan Peraturan Walikota.

Pasal 16

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame harus memenuhi standar sebagai berikut:
  - a. standar etik;
  - b. standar estetis;
  - c. standar teknis;
  - d. standar fiskal;
  - e. standar administrasi; dan
  - f. standar keselamatan.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai standar dan bentuk reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Walikota.

BAB VI  
HAK, KEWAJIBAN DAN LARANGAN

Pasal 17

Penyelenggara reklame berhak memasang reklame pada lokasi dan batas waktu yang telah ditentukan dalam izin reklame yang diberikan.

Pasal 18

- Penyelenggara reklame berkewajiban:
- a. menggunakan lokasi atau tempat sesuai dengan izin yang dimiliki dengan batas waktu yang ditentukan dalam izin;



- b. melunasi pembayaran pajak reklame dan uang jaminan pembongkaran;
- c. menempelkan tanda lunas pajak reklame dan tanda bukti izin atau tanda lain pada media reklame;
- d. mencantumkan nama Penyelenggara Reklame dan masa berlaku izin yang dapat dibaca dengan mudah dan jelas;
- e. melakukan pemeriksaan rutin ketahanan konstruksi Reklame;
- f. memelihara sarana prasarana yang digunakan untuk reklame dalam keadaan baik;
- g. membongkar sendiri reklame pada saat berakhirnya jangka waktu izin atau atas dasar pencabutan izin;
- h. menanggung segala resiko dan kerugian pihak lain yang timbul dari pemasangan reklame;
- i. membayar harga sewa titik reklame dan retribusi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- j. memuat informasi publik dari Pemerintah Daerah untuk konstruksi reklame yang belum terpasang media Reklamennya; dan
- k. menggunakan ornamen, desain, atau materi yang mengandung nilai budaya Daerah untuk reklame jenis papan/*billboard* dan *videotron/megatron*.

#### Pasal 19

Penyelenggara Reklame dilarang:

- a. menempatkan atau menggunakan lokasi/tempat untuk pemasangan reklame atau menggunakan ukuran dan bahan reklame, dengan tanpa izin atau tidak sesuai dengan izin reklame yang diberikan;
- b. menempatkan reklame pada:
  - 1. median jalan;
  - 2. taman kota, kecuali reklame insidental;
  - 3. jalur hijau;
  - 4. trotoar dan bagian peneduh (*pergola*);
  - 5. menempel pohon;
  - 6. rambu lalu lintas;
  - 7. tiang listrik atau tiang telepon;
  - 8. jembatan, kecuali jembatan penyeberangan;
  - 9. lingkungan pendidikan, kecuali reklame insidental;
  - 10. museum, kecuali reklame insidental;
  - 11. tempat ibadah, kecuali reklame insidental;
  - 12. gedung dan/atau halaman kantor Pemerintah Daerah, kecuali reklame insidental;
  - 13. badan sungai dan saluran; dan
  - 14. tempat-tempat lain yang ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
- c. menggunakan media tembok (*wall painting*);
- d. memasang reklame dengan cara melintang di atas jalan, kecuali pada jembatan penyeberangan orang;
- e. materi reklame mengandung muatan pornografi, pornoaksi dan/atau bersifat diskriminasi terhadap suku, agama, ras, dan antar golongan, serta gender.
- f. menempatkan reklame produk rokok di lokasi:
  - a. kawasan bebas rokok;
  - b. jalan utama atau protokol;
  - c. area dan/atau di luar area Pendidikan dengan radius 100 m (seratus meter) dari batas persil; atau



- d. area tempat ibadah dengan radius 100 m (seratus meter) dari batas persil.
- g. menempatkan reklame dengan cara:
  1. memotong jalan atau melintang; atau
  2. ukuran reklame melebihi 60 m<sup>2</sup> (enam puluh meter persegi).
- h. menyelenggarakan reklame di luar zona yang telah ditentukan;
- i. memuat materi alat kontrasepsi atau minuman beralkohol, kecuali ditempatkan pada tempat yang telah ditentukan;
- j. mengalihkan atau memindahtangankan izin Reklame kepada pihak lain.

## BAB VII PEMANFAATAN TITIK REKLAME

### Pasal 20

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame pada sarana dan prasarana kota dituangkan dalam perjanjian sewa titik reklame antara Pemerintah Daerah dengan penyelenggara reklame.
- (2) Jangka waktu sewa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling lama 3 (tiga) tahun terhitung sejak izin reklame diterbitkan.
- (3) Setelah berakhirnya jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2), penyelenggara reklame dapat mengajukan perpanjangan jangka waktu yang dituangkan dalam perjanjian sewa.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan reklame pada sarana dan prasarana kota diatur dengan Peraturan Walikota.

### Pasal 21

- (1) Setiap Penyelenggaraan Reklame pada lahan milik perorangan atau badan wajib mendapatkan persetujuan dari pemilik lahan yang sah.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai Penyelenggaraan Reklame pada lahan milik perorangan atau badan diatur dengan Peraturan Walikota.

## BAB VIII PERIZINAN

### Pasal 22

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame wajib mendapatkan izin Reklame dari Walikota.
- (2) Walikota dapat mendelegasikan penandatanganan izin reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada Perangkat Daerah yang membidangi pelayanan terpadu satu pintu.
- (3) Dalam rangka pelayanan administrasi terpadu kecamatan, Walikota dapat mendelegasikan penandatanganan izin reklame tertentu kepada Kecamatan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pendelegasian penandatanganan izin reklame diatur dalam Peraturan Walikota.



A handwritten signature in black ink, located at the bottom right of the page.

### Pasal 23

Pemasangan alat peraga kampanye menggunakan media reklame dikoordinasikan dengan instansi yang berwenang menyelenggarakan pemilihan umum sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

### Pasal 24

- (1) Jangka waktu pemanfaatan Titik Reklame di dalam sarana dan prasarana kota dan di luar sarana dan prasarana kota, paling lama 3 (tiga) tahun dihitung sejak izin reklame diberikan.
- (2) Jangka waktu pemanfaatan Titik Reklame insidental di dalam sarana dan prasarana kota serta di luar sarana dan prasarana kota, paling lama 3 (tiga) bulan dihitung sejak izin reklame diterbitkan.
- (3) Apabila diketahui pemasangan Reklame belum dilakukan dalam kurun waktu paling lama 180 (seratus delapan puluh) hari dihitung sejak diberikannya izin Reklame, maka izin Reklame tersebut dibatalkan dan dinyatakan tidak berlaku dengan tanpa adanya kompensasi dari Pemerintah Daerah.

### Pasal 25

- (1) Untuk mendapatkan izin reklame harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:
  - a. titik pemanfaatan sesuai dengan zona reklame;
  - b. lokasi yang digunakan telah memperoleh persetujuan dari pemilik untuk lahan milik perorangan atau badan, atau adanya perjanjian sewa dengan Pemerintah Daerah untuk penggunaan sarana dan prasarana kota;
  - c. telah memenuhi jenis, bentuk, rancang bangun, dan standar reklame; dan
  - d. khusus reklame papan/*billboard*, *reklame megatron*, *reklame running text*, *videotron*, *large electronic display* disertai dengan jaminan biaya pembongkaran.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai persyaratan pemberian izin reklame diatur dalam Peraturan Walikota.

### Pasal 26

- (1) Penyelenggara reklame mengajukan permohonan tertulis kepada Walikota.
- (2) Pemberian izin reklame tanpa dikenakan biaya.
- (3) Penyelenggara reklame wajib membayar pajak reklame dihitung 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal izin reklame diterbitkan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pemberian izin reklame diatur dalam Peraturan Walikota.

## BAB IX PENGENDALIAN DAN PENGAWASAN

### Pasal 27

- (1) Pengendalian dan pengawasan atas penyelenggaraan reklame dilaksanakan oleh DPUPR.
- (2) Pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1), meliputi:
  - a. pola persebaran perletakan zona reklame;
  - b. rancang bangun reklame;
  - c. pemenuhan ketentuan umum perpajakan; dan
  - d. alas hak penggunaan lahan.



- (3) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan terhadap reklame yang:
- a. tanpa izin, telah berakhir jangka waktu izin, tanpa peneng/tanda pelunasan pajak;
  - b. terdapat perubahan yang tidak sesuai lagi dengan Izin reklame;
  - c. perletakannya, bentuk dan ukuran tidak sesuai dengan TLBR;
  - d. tidak sesuai lagi dengan rekomendasi konstruksi;
  - e. tidak terawat dengan baik; atau
  - f. materi tidak sesuai izin yang diberikan.

## BAB X SANKSI ADMINISTRATIF

### Pasal 28

- (1) Setiap orang atau badan yang melanggar ketentuan Pasal 18 dan/atau Pasal 19 dikenakan sanksi administratif berupa:
- a. peringatan tertulis;
  - b. penghentian sementara kegiatan;
  - c. pencabutan izin;
  - d. pembongkaran bangunan;
  - e. pembatalan izin;
  - f. denda administrasi; dan/atau
  - g. dimasukkan dalam daftar hitam.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengenaan sanksi administratif diatur dalam Peraturan Walikota.

## BAB XI PERAN SERTA MASYARAKAT

### Pasal 29

- (1) Peran serta masyarakat dalam Penyelenggaraan Reklame dapat berupa:
- a. keikutsertaan dalam memantau dan mengawasi pelaksanaan penyelenggaraan reklame; dan
  - b. pelaporan dalam hal menemukan dugaan penyimpangan atau pelanggaran kegiatan penyelenggaraan reklame.
- (2) Dalam rangka meningkatkan peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pemerintah Daerah membangun sistem informasi yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## BAB XII KETENTUAN PERALIHAN

### Pasal 30

Izin Reklame yang diterbitkan sebelum berlakunya Peraturan Daerah ini dinyatakan tetap berlaku sampai dengan berakhirnya jangka waktu izin.

### Pasal 31

Semua ketentuan yang mengatur mengenai penyelenggaraan reklame yang ditetapkan sebelum berlakunya Peraturan Daerah ini dinyatakan tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti yang baru berdasarkan Peraturan Daerah ini.

BAB XIII  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 32

Pada saat Peraturan Daerah ini mulai berlaku, Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 6 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Reklame (Lembaran Daerah Kota Salatiga Nomor 5 Tahun 2003 Seri E), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 33

Peraturan pelaksanaan atas Peraturan Daerah ini ditetapkan paling lambat 1 (satu) tahun sejak berlakunya Peraturan Daerah ini.

Pasal 34

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kota Salatiga.

Ditetapkan di Salatiga

pada tanggal: 27 september 2018

WALIKOTA SALATIGA,

YULIYANTO

Diundangkan di Salatiga  
pada tanggal: 27 september 2018

SEKRETARIS DAERAH KOTA SALATIGA,

FAKRUROJI

LEMBARAN DAERAH KOTA SALATIGA NOMOR 22 TAHUN 2018

NOREG PERATURAN DAERAH KOTA SALATIGA PROVINSI JAWA TENGAH:  
(21/2018)

PENJELASAN  
ATAS  
PERATURAN DAERAH KOTA SALATIGA  
NOMOR   TAHUN

TENTANG  
PENYELENGGARAAN REKLAME

I. UMUM

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah 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, memberikan peluang bagi daerah untuk mengembangkan dan mengatur daerahnya dengan prinsip otonomi seluas-luasnya. Daerah memiliki kewenangan membuat kebijakan daerah untuk memberi pelayanan, peningkatan peran serta, prakarsa, dan pemberdayaan masyarakat yang bertujuan pada peningkatan kesejahteraan rakyat.

Dalam rangka menciptakan ketertiban dan keindahan kota khususnya dalam hal penataan reklame yang memperhatikan estetika, serta dalam upaya melaksanakan tertib pemanfaatan ruang di wilayah Kota Salatiga, perlu adanya pengaturan dalam peraturan daerah yang secara komprehensif serta akomodatif terhadap pelaksanaan pemanfaatan dan pengendalian pemanfaatan ruang sesuai dengan rencana tata ruang kota Salatiga.

Seiring dengan perkembangan otonomi daerah, maka perkembangan ekonomi atau dunia usaha di daerah semakin meningkat. Perkembangan kehidupan ekonomi, sosial, budaya, dan politik, berdampak pada meningkatnya kebutuhan media reklame untuk memperkenalkan, mempromosikan, menganjurkan atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan.

Penyelenggaraan reklame disamping menyangkut kegiatan perekonomian, juga erat kaitannya dengan tata ruang kota khususnya dari segi ketertiban dan keindahan kota khususnya dalam hal penataan reklame yang memperhatikan estetika, serta dalam upaya melaksanakan tertib pemanfaatan ruang di wilayah Kota Salatiga.

Peraturan Daerah ini secara garis besar mengatur tentang kewajiban, wewenang dan tanggung jawab pemerintah daerah, jenis reklame, perencanaan, penyelenggaraan reklame, hak, kewajiban dan larangan, pemanfaatan titik reklame, perizinan, kerjasama pemanfaatan aset, pengendalian dan pengawasan reklame agar dalam pelaksanaannya tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Hal-hal teknis tidak diatur di dalam Peraturan Daerah ini tetapi diatur oleh Peraturan Walikota sebagai aturan pelaksanaannya yang disesuaikan dengan perkembangan dan dinamika masyarakat.

Sehubungan dengan hal-hal tersebut, perlu menetapkan Peraturan Daerah yang baru sebagai pengganti Peraturan Daerah Kota Salatiga Nomor 6 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Reklame.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Huruf a

Yang dimaksud dengan “asas kepentingan umum” adalah penyelenggaraan reklame tidak boleh mengutamakan kepentingan pribadi dan/atau golongan, serta memperhatikan keselamatan, keindahan dan ketertiban umum, norma kesopanan, kesusilaan, dan agama.



Huruf b

Yang dimaksud dengan “asas kepastian hukum” adalah penyelenggaraan reklame harus didasarkan atas perizinan dari Pemerintah Daerah dan persetujuan dari pihak lain yang berkaitan dengan kegiatan pemasangan reklame sehingga ada jaminan terwujudnya hak dan kewajiban secara sebanding.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “asas partisipatif” adalah peningkatan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan reklame dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.

Huruf d

Yang dimaksud dengan “asas keterbukaan” adalah asas yang melayani masyarakat untuk mendapatkan akses dan memperoleh informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif dalam penyelenggaraan reklame dengan tetap memperhatikan perlindungan atas hak asasi pribadi, golongan, dan rahasia negara.

Huruf e

Yang dimaksud dengan “asas akuntabilitas” adalah proses penyelenggaraan reklame harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Huruf f

Yang dimaksud dengan “asas pelayanan yang baik” adalah asas yang memberikan pelayanan yang tepat waktu, prosedur dan biaya yang jelas, sesuai dengan standar pelayanan, dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 3

Cukup jelas.

Pasal 4

Cukup jelas.

Pasal 5

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Cukup jelas.

Pasal 8

Cukup jelas.

Pasal 9

Cukup jelas.

Pasal 10

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Ayat (6)

Cukup jelas.

Ayat (7)

Yang dimaksud dengan “*facade*” adalah suatu sisi luar (eksterior) sebuah bangunan, umumnya terutama bagian depan, tetapi kadang-kadang juga bagian samping dan belakang bangunan.

Ayat (8)

Cukup jelas.

Ayat (9)

Cukup jelas.

Pasal 11

Cukup jelas.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13

Cukup jelas.

Pasal 14

Cukup jelas.

Pasal 15

Cukup jelas.

Pasal 16

Ayat (1)

Huruf a

Yang dimaksud dengan “standar etik” yaitu isinya tidak mengandung unsur diskriminasi terhadap Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan (SARA) dan gender serta menjaga norma kesopanan.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “standar estetis” yaitu bentuk dan penampilannya memperhatikan aspek keindahan.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “standar teknis” yaitu reklame yang dipasang memenuhi ketentuan standar konstruksi.

Huruf d

Yang dimaksud dengan “standar fiskal” yaitu reklame yang dipasang telah melunasi seluruh kewajiban perpajakan.

Huruf e

Yang dimaksud dengan “standar administrasi” yaitu reklame yang dipasang memenuhi perizinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Huruf f

Yang dimaksud dengan “standar keselamatan” yaitu reklame yang dipasang tidak mengganggu lalu lintas dan tidak membahayakan masyarakat disekitarnya.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 17

Cukup jelas.

Pasal 18

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Yang dimaksud dengan “menanggung segala resiko dan kerugian pihak lain” yaitu Penyelenggara Reklame mengalokasikan jaminan



asuransi guna mengatasi keadaan kahar (*force majeure*) atau menanggung secara langsung seluruh biaya kompensasi atas resiko yang timbul dengan mempertimbangkan faktor penyebab resiko meliputi faktor ketidaklaikan konstruksi reklame, faktor kelalaian atau faktor alam.

Huruf i

Cukup jelas.

Huruf j

Cukup jelas.

Huruf k

Cukup jelas.

Pasal 19

Cukup jelas.

Pasal 20

Ayat (1)

Perjanjian sewa paling sedikit memuat pihak yang terikat dalam perjanjian, lokasi, jenis, ukuran reklame, hak dan kewajiban pihak yang terikat perjanjian, dan persyaratan lain yang dianggap perlu.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 21

Cukup jelas.

Pasal 22

Cukup jelas.

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Cukup jelas.

Pasal 25

Cukup jelas.

Pasal 26

Cukup jelas.

Pasal 27

Cukup jelas.

Pasal 28

Cukup jelas.

Pasal 29

Cukup jelas.

Pasal 30

Cukup jelas.

Pasal 31

Cukup jelas.

Pasal 32

Cukup jelas.

Pasal 33

Cukup jelas.

Pasal 34

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KOTA SALATIGA NOMOR 31

