



WALI KOTA PADANG
PROVINSI SUMATERA BARAT

PERATURAN WALI KOTA PADANG
NOMOR 9 TAHUN 2024

TENTANG

PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME, JENIS DAN BENTUK PENGECEUALIAN
OBJEK PAJAK REKLAME SERTA TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALI KOTA PADANG,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 31 ayat (5) dan Pasal 34 Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, Jenis dan Bentuk Pengecualian Objek Pajak Reklame serta Tata Cara Penyelenggaraan Reklame;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota Besar Dalam Lingkungan Daerah Propinsi Sumatera Tengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1956 Nomor 20);

2. 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 beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);

3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 4, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6757);

4. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 1980 tentang Perubahan Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Padang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1980 Nomor 25, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3164);

5. Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2023 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6881);

6. Peraturan Daerah Kota Padang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Daerah Kota Padang Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Daerah Kota Padang Nomor 137);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALI KOTA TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME, JENIS DAN BENTUK PENGECUALIAN OBJEK PAJAK REKLAME SERTA TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Wali Kota ini, yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Padang.
2. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Wali Kota adalah Wali Kota Padang.
4. Sekretaris Daerah adalah Sekretaris Daerah Kota Padang.
5. Badan Pendapatan Daerah, yang selanjutnya disingkat Bapenda adalah Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.
6. Kepala Bapenda adalah Kepala Badan Pendapatan Daerah Kota Padang.
7. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, yang selanjutnya disingkat DPUPR adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Padang.
8. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, yang selanjutnya disingkat DPMPTSP adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Padang.
9. Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara, BUMD, atau badan usaha milik desa, dengan nama dan dalam bentuk apa pun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya, termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.
10. Pajak Reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan reklame.

11. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu.
12. Bangunan Reklame adalah konstruksi teknik yang ditanam atau diletakkan secara tetap pada tanah berikut segala instalasi terkait yang dimanfaatkan untuk menyelenggarakan Reklame.
13. Reklame Papan adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, *tinplate*, *collibrite*, *vynil*, aluminium, *fiberglass*, kaca, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri), digantung atau ditempel pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya dapat berupa *Billboard*, *Videotron*, *Megatron* atau *Neon Box*.
14. *Billboard* adalah konstruksi tertentu yang tidak bersinar atau disinari dari luar (*out lighting*).
15. *Videotron*, *Megatron*, Layar Elektronik Besar (*Large Electronic Display*) adalah media yang menggunakan layar monitor atau video besar dengan teknologi *LED* atau sejenisnya yang menyajikan materi reklame atau dalam bentuk visual, 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 atau gedung.
16. *Neon Box* adalah konstruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan didalamnya dan memiliki rancangan atau design khusus dengan mengedepankan aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai aksesoris kota.
17. Reklame Kain adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu *event* atau kegiatan yang bersifat insidental dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis termasuk spanduk, umbul-umbul, bendera, *flag chain* (rangkaian bendera), tenda, krey, *banner*, *giant banner* dan *standing banner*.
18. Reklame Stiker atau Melekat adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.
19. Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan

ketentuan tidak dapat ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, *leaflet*, atau reklame dalam undangan.

20. Reklame Berjalan adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa atau diborong atau ditarik oleh orang.
21. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, cahaya lampu, laser, pesawat udara atau sejenisnya yang diselenggarakan dengan bantuan suatu perangkat terbang.
22. Reklame Apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara mengapungkan di atas air baik dengan bantuan perahu, kapal atau alat lain yang sejenis.
23. Reklame Film/*Slide* adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (*celluloide*) berupa kaca, film, atau bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan.
24. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu produk dengan atau tanpa disertai suara.
25. Iklan Komersil adalah segala bentuk iklan yang pada dasarnya memiliki fungsi untuk mendukung suatu kampanye sebuah pemasaran produk maupun jasa yang ditawarkan dengan tujuan mencari keuntungan dengan jalan memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum.
26. Keterangan Rencana Kota yang selanjutnya disingkat KRK adalah informasi tentang persyaratan tata bangunan dan lingkungan yang diberlakukan oleh Pemerintah Daerah pada lokasi tertentu.
27. Persetujuan Bangunan Gedung yang selanjutnya disingkat PBG adalah perizinan yang diberikan untuk membangun konstruksi Reklame sesuai dengan persyaratan administratif dan persyaratan teknis yang berlaku.
28. Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh daerah yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana kota.
29. Sistem Informasi Manajemen Bangunan Gedung yang selanjutnya disingkat SIMBG adalah sistem informasi

terintegrasi yang digunakan untuk penerbitan PBG, penerbitan *SLF*, dan sistem pendataan bangunan gedung.

30. Tim Reklame adalah instansi teknis di lingkungan pemerintah daerah yang memberikan pertimbangan kepada Wali Kota atas permohonan izin penyelenggaraan Reklame.
31. Izin Masa Tayang Reklame yang selanjutnya disingkat IMTR adalah persetujuan yang diberikan untuk menayangkan media atau konten Reklame sesuai dengan jangka waktu yang ditetapkan.
32. Konten Reklame adalah gambar, warna, logo dan atau tulisan yang memuat informasi barang dan/atau jasa.
33. Median Jalan adalah suatu pemisah fisik jalur lalu lintas yang berfungsi untuk menghilangkan konflik lalu lintas dari arah yang berlawanan, sehingga pada gilirannya akan meningkatkan keselamatan lalu lintas.
34. Peneng adalah tanda melekat pada bangunan atau konten reklame yang memuat informasi PBG dan/atau IMTR.
35. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar Pajak, pemotong Pajak, dan pemungut Pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
36. Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan Reklame.
37. Masa Pajak adalah jangka waktu jangka waktu yang menjadi dasar bagi Wajib Pajak untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan Pajak yang terutang untuk jenis Pajak yang dipungut berdasarkan penghitungan sendiri Wajib Pajak atau menjadi dasar bagi Kepala Daerah untuk menetapkan Pajak terutang untuk jenis Pajak yang dipungut berdasarkan penetapan Kepala Daerah.

Pasal 2

Ruang lingkup Peraturan Wali Kota ini adalah:

- a. perhitungan nilai sewa Reklame;
- b. jenis dan bentuk pengecualian Objek Pajak Reklame; dan
- c. tata cara penyelenggaraan Reklame.

BAB II PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

Pasal 3

- (1) Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah nilai sewa Reklame.

- (2) Dalam hal Reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan nilai kontrak Reklame.
- (3) Kebenaran atas nilai kontrak Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dinyatakan dalam surat pernyataan kebenaran nilai kontrak Reklame yang ditandatangani kedua belah pihak.
- (4) Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu penayangan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media Reklame.
- (5) Dalam hal nilai sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (4).

Pasal 4

- (1) Luas media Reklame dihitung dengan menggunakan rumus:
$$\text{Luas media Reklame} = \text{panjang Reklame} \times \text{lebar Reklame} \times \text{jumlah sisi} \times \text{jumlah Reklame}.$$
- (2) Dalam hal media Reklame tidak berbentuk persegi, maka luas media Reklame dihitung dari perkalian dengan menarik garis lurus vertikal dan horizontal pada setiap sisi terluar sehingga membentuk bangun datar persegi dan merupakan satu kesatuan.
- (3) Dalam hal media Reklame memiliki bingkai, maka panjang dan lebar Reklame diukur dari sisi bingkai terluar.
- (4) Dalam hal hasil perhitungan luas media Reklame terdapat desimal, maka dilakukan pembulatan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. kurang dari atau sama dengan 0,50 m² (nol koma lima nol meter persegi) dibulatkan menjadi 0,50 m² (nol koma lima nol meter persegi); atau
 - b. lebih dari 0,50 m² (nol koma lima nol meter persegi) dibulatkan menjadi 1 m² (satu meter persegi).

Pasal 5

- (1) Dalam hal Reklame ditayangkan sendiri oleh Wajib Pajak, Pajak yang terutang dihitung dengan menggunakan rumus:
$$\text{Pajak} = \text{tarif} \times \text{nilai sewa Reklame} \times \text{luas media Reklame} \times \text{masa Pajak}$$

- (2) Dalam hal Reklame ditayangkan oleh pihak ketiga, Pajak yang terutang dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Pajak} = \text{tarif} \times \text{nilai kontrak Reklame}$$

- (3) Hasil perhitungan nilai sewa Reklame dan besaran pokok Pajak terutang sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

BAB III JENIS DAN BENTUK PENGECUALIAN OBJEK PAJAK REKLAME

Pasal 6

- (1) Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan Reklame.
- (2) Objek Pajak Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
- a. Reklame Papan;
 - b. Reklame Kain;
 - c. Reklame Stiker atau Melekat;
 - d. Reklame Selebaran;
 - e. Reklame Berjalan, termasuk pada kendaraan;
 - f. Reklame Udara;
 - g. Reklame Apung;
 - h. Reklame Film/ *Slide*, dan
 - i. Reklame Peragaan.
- (3) Dikecualikan dari Objek Pajak Reklame adalah:
- a. penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
 - b. label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
 - c. nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan dan/atau di dalam area tempat usaha atau profesi yang jenis, ukuran, bentuk, dan bahan Reklamennya ditentukan;
 - d. Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah;
 - e. Reklame yang diselenggarakan dalam rangka kegiatan politik, sosial, dan keagamaan yang tidak disertai dengan Iklan Komersil; dan
 - f. Reklame yang diselenggarakan untuk kepentingan pendidikan yang tidak disertai dengan Iklan Komersil.

Pasal 7

Pengecualian terhadap nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada Bangunan dan/ atau di dalam area tempat usaha atau profesi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 huruf c dilaksanakan dengan ketentuan:

- a. 1 (satu) nama pengenal usaha atau profesi yang melekat pada bangunan dan/atau berada dalam tempat usaha atau profesi yang luasnya paling tinggi 2 m² (dua meter persegi) dikecualikan dari Objek Pajak Reklame;
- b. pengecualian terhadap 1 (satu) nama pengenal usaha atau profesi sebagaimana dimaksud pada huruf a tidak diberlakukan jika nama pengenal usaha atau profesi tersebut disponsori oleh Badan atau merek produk tertentu;
- c. jika terdapat 2 (dua) atau lebih nama pengenal usaha yang melekat pada bangunan dan/atau berada dalam area tempat usaha, maka pengecualian Objek Pajak Reklame hanya terhadap 1 (satu) nama yang dipilih Wajib Pajak; atau
- d. jika terdapat 2 (dua) atau lebih nama pengenal profesi yang melekat pada bangunan dan/atau berada dalam area tempat profesi, maka pengecualian Objek Pajak Reklame hanya terhadap 1 (satu) nama pengenal yang sesuai dengan kode etik profesi yakni dengan papan putih dan tulisan hitam.

BAB IV TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME

Bagian Kesatu Lokasi Penempatan Reklame

Paragraf 1 Penempatan Reklame

Pasal 8

- (1) Penempatan Reklame terdiri dari lokasi sebagai berikut:
 - a. lokasi dengan penempatan Reklame; dan
 - b. lokasi tanpa penempatan Reklame.
- (2) Lokasi dengan penempatan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a terdiri atas:
 - a. lokasi kendali sangat ketat;
 - b. lokasi kendali ketat; dan
 - c. lokasi kendali kurang ketat.
- (3) Lokasi tanpa penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b merupakan lokasi yang dilarang penyelenggaraan Reklame produk, kecuali penyelenggaraan Reklame untuk kepentingan Pemerintah, Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan/atau Pemerintah Daerah dengan lokasi sebagai berikut:
 - a. gedung dan halaman kantor pemerintahan;
 - b. gedung dan halaman sekolah dan tempat ibadah;
 - c. taman tugu bingkuan;
 - d. taman patung selamat datang;
 - e. taman tugu perdamaian;
 - f. taman tugu tali tigo sapilin simpang haru;
 - g. taman makam pahlawan;
 - h. monumen gempa;

- i. jembatan siti nurbaya;
- j. kawasan kota tua kecuali media informasi berupa nama pengenalan usaha atau profesi;
- k. sepanjang bahu jalan garis pantai koridor; dan
- l. Median Jalan.

Pasal 9

- (1) Lokasi kendali sangat ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (2) huruf a merupakan lokasi dengan kriteria Reklame sebagai berikut:
 - a. jenis Reklame yang menggunakan konstruksi terdiri dari Reklame Papan (*Billboard, Videotron, Megatron, Large Electronic Display* atau *Neon Box*);
 - b. ditempatkan di dalam dan di luar Sarana dan Prasarana Kota;
 - c. reklame yang ditempatkan di dalam Sarana dan Prasarana Kota, dengan ketentuan:
 - 1. konstruksi Reklame pada ruas jalan berjarak paling rendah 200 (dua ratus) meter kecuali pada persimpangan jalan;
 - 2. konstruksi Reklame di setiap sudut persimpangan jalan paling tinggi 2 (dua) titik Reklame;
 - 3. ketinggian Reklame di atas ruang manfaat jalan harus diletakkan pada ketinggian paling rendah 5 (lima) meter dari permukaan jalan tertinggi;
 - 4. peletakan Reklame berada pada bagian terluar ruang milik jalan dengan lebar trotoar paling rendah 1,5 (satu koma lima) meter;
 - 5. ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf c angka 1 tidak berlaku untuk media informasi berupa nama pengenalan usaha atau profesi yang berdiri atau melekat pada tanah atau bangunan tempat usaha;
 - 6. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf c angka 3 paling rendah 3 (tiga) meter apabila konstruksinya berada pada trotoar dan tidak melewati badan jalan.
 - d. ukuran luas Reklame Papan (*Billboard, Videotron, Megatron, Large Electronic Display* atau *Neon Box*), paling tinggi 24 m² (dua puluh empat meter persegi);
 - e. menggunakan metode pencahayaan; dan
 - f. dalam hal Reklame ditempatkan pada halaman, maka penempatan Reklame dilarang menutupi *facade* bangunan dan melebihi pagar pembatas persil bangunan.
- (2) Lokasi kendali sangat ketat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota.

Pasal 10

- (1) Lokasi kendali ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (2) huruf b merupakan lokasi dengan kriteria Reklame sebagai berikut :

- a. jenis Reklame yang menggunakan konstruksi terdiri dari Reklame Papan (*Billboard, Videotron, Megatron, Large Electronic Display* atau *Neon Box*);
 - b. ditempatkan di dalam dan di luar Sarana dan Prasarana Kota;
 - c. Reklame yang ditempatkan di dalam Sarana dan Prasarana Kota, dengan ketentuan:
 1. konstruksi Reklame pada ruas jalan jarak paling rendah 150 (seratus lima puluh) meter;
 2. penyelenggaraan Reklame di setiap sudut persimpangan jalan hanya diperkenankan 2 (dua) titik Reklame;
 3. ketinggian Reklame di atas ruang manfaat jalan harus diletakkan pada ketinggian paling rendah 5 (lima) meter dari permukaan jalan tertinggi;
 4. perletakan reklame berada pada bagian terluar ruang milik jalan dengan lebar trotoar paling rendah 1,5 (satu koma lima) meter;
 5. ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf c angka 1 tidak berlaku untuk media informasi berupa nama pengenal usaha atau profesi yang berdiri atau melekat pada tanah atau bangunan tempat usaha.
 6. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf c angka 3 paling rendah 3 (tiga) meter apabila konstruksinya berada pada trotoar dan tidak melewati badan jalan.
 - d. ukuran luas Reklame Papan (*Billboard, Videotron, Megatron, Large Electronic Display* atau *Neon Box*), paling tinggi 50 m² (lima puluh meter persegi);
 - e. menggunakan metode pencahayaan; dan
 - f. dalam hal Reklame ditempatkan pada persil bangunan, maka penempatan Reklame dilarang menutupi *facade* bangunan dan melebihi pagar pembatas persil bangunan.
- (2) Lokasi kendali ketat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota.

Pasal 11

- (1) Lokasi kendali kurang ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (2) huruf c merupakan lokasi dengan kriteria:
- a. jenis Reklame yang menggunakan konstruksi terdiri dari Reklame Papan (*Billboard, Videotron, Megatron, Large Electronic Display* atau *Neon Box*);
 - b. Reklame yang ditempatkan di dalam dan di luar Sarana dan Prasarana Kota;
 - c. Reklame yang ditempatkan di dalam Sarana dan Prasarana Kota, dengan ketentuan:
 1. penyelenggaraan Reklame pada ruas jalan berjarak paling rendah 100 (seratus) meter;

2. penyelenggaraan Reklame di setiap sudut persimpangan jalan hanya diperkenankan 2 (dua) titik Reklame;
 3. ketinggian Reklame di atas ruang manfaat jalan harus diletakkan pada ketinggian paling rendah 5 (lima) meter dari permukaan jalan tertinggi;
 4. perletakan reklame berada pada bagian terluar ruang milik jalan dengan lebar trotoar paling rendah 1,5 (satu koma lima) meter;
 5. ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf c angka 1 tidak berlaku untuk media informasi berupa nama pengenalan usaha atau profesi yang berdiri atau melekat pada tanah atau bangunan tempat usaha;
 6. ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf c angka 3 paling rendah 3 (tiga) meter apabila konstruksinya berada pada trotoar dan tidak melewati badan jalan.
- d. ukuran luas Reklame Papan (*Billboard, Videotron, Megatron, Large Electronic Display* atau *Neon Box*), paling tinggi 50 m² (lima puluh meter persegi);
 - e. menggunakan metode pencahayaan; dan
 - f. dalam hal Reklame ditempatkan pada persil bangunan maka penempatan Reklame dilarang menutupi *facade* bangunan dan melebihi pagar pembatas persil bangunan.
- (2) Lokasi kendali kurang ketat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota.

Paragraf 2 Nilai Lokasi Reklame

Pasal 12

- (1) Faktor lokasi penempatan Reklame dihitung kumulatif dan dinyatakan dalam bentuk nilai lokasi Reklame.
- (2) Nilai lokasi Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri dari:
 - a. lokasi sangat strategis;
 - b. lokasi strategis; dan
 - c. lokasi kurang strategis.
- (3) Dalam hal penayangan Reklame di persimpangan jalan pertemuan dari jalan lokasi sangat strategis dengan strategis atau kurang strategis, maka ditetapkan Reklame yang diselenggarakan di lokasi sangat strategis.
- (4) Dalam hal penayangan Reklame di persimpangan jalan pertemuan dari jalan lokasi strategis dengan kurang strategis, maka ditetapkan Reklame yang diselenggarakan di lokasi strategis.
- (5) Lokasi sangat strategis, lokasi strategis dan lokasi kurang strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota.

Bagian Kedua
Izin Penyelenggaraan Reklame

Pasal 13

- (1) Setiap penyelenggaraan Reklame yang memakai konstruksi wajib memperoleh PBG.
- (2) Setiap penyelenggara Reklame wajib memperoleh IMTR.

Pasal 14

Untuk memperoleh PBG sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (1), setiap penyelenggara Reklame harus mengajukan permohonan kepada Wali Kota melalui aplikasi SIMBG dengan mengunggah persyaratan sebagai berikut:

- a. identitas diri;
- b. bukti kepemilikan lahan/tanah, dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. jika di lahan Pemerintah atau Pemerintah Daerah dilengkapi dengan Rekomendasi Pemanfaatan Prasarana Kota dari instansi terkait;
 2. jika di lahan badan usaha milik negara/ daerah dilengkapi dengan surat perjanjian penempatan papan Reklame;
 3. jika di lahan milik pribadi dilengkapi dengan bukti kepemilikan lahan (fotokopi sertifikat hak milik/akta waris/akta hibah/akta jual beli); dan
 4. jika di lahan/bangunan sewa/pinjam pakai dilengkapi perjanjian sewa menyewa/pinjam pakai lahan/bangunan, dengan surat pernyataan bermaterai cukup dari pemilik lahan/ bangunan serta identitas pemilik tanah;
- c. KRK yang dikeluarkan DPUPR jika konstruksi Reklame berdiri di luar Sarana dan Prasarana Kota yang dikeluarkan DPUPR;
- d. Rekomendasi Reklame yang dikeluarkan DPUPR sesuai rekomendasi Tim Reklame jika konstruksi Reklame berdiri di dalam Sarana dan Prasarana Kota;
- e. surat kuasa dalam hal pengurusan dikuasakan;
- f. akta pendirian perusahaan dan keputusan pengesahan bagi Badan;
- g. surat pernyataan bermaterai cukup yang berisi:
 1. kesediaan mematuhi seluruh ketentuan penyelenggaraan Reklame;
 2. kesediaan bertanggung jawab atas seluruh kerugian yang ditimbulkan akibat dalam hal terjadi kecelakaan akibat robohnya Reklame;
- h. surat perjanjian sewa tanah atau bangunan dengan pemilik tanah atau bangunan atau yang menguasai tanah dan/atau bangunan dalam hal titik lokasi rencana penempatan Reklame tidak berada pada tanah Pemerintah Daerah;
- i. gambar lokasi/peta situasi di kertas ukuran A4 yang menjelaskan titik Reklame dengan skala 1:1.000; dan

- j. gambar rencana konstruksi Reklame yang ditandatangani oleh penanggung jawab struktur/konstruksi, meliputi:
1. gambar tampak depan, samping dan atas, dengan skala 1:50 atau skala 1:100;
 2. gambar potongan, dengan skala 1:50 atau skala 1:100;
 3. gambar detail rangka bidang Reklame, dengan skala 1:10 atau skala 1:20; dan
 4. gambar detail pondasi, dengan skala 1:10 atau skala 1:20.

Pasal 15

- (1) Masa berlaku PBG selama umur bangunan dan dilakukan pemeliharaan paling sedikit setiap 3 (tiga) tahun.
- (2) Pemeliharaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bentuk:
 - a. penggantian; dan/atau
 - b. perbaikan struktur bangunan yang tidak layak.

Pasal 16

- (1) Dalam rangka pemberian PBG dibentuk Tim Reklame yang ditetapkan oleh Sekretaris Daerah.
- (2) Tim sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas unsur:
 - a. DPUPR;
 - b. DPMPTSP;
 - c. dinas perhubungan; dan
 - d. dinas lingkungan hidup.
- (3) Tim sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dalam jangka waktu paling lama 5 (lima) hari kerja setelah melakukan peninjauan lapangan harus menyampaikan rekomendasi tertulis kepada Kepala DPUPR.
- (4) Rekomendasi tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (3) mencantumkan rekomendasi menyetujui atau tidak menyetujui dengan argumentasi sesuai indikator penilaian.

Bagian Ketiga Reklame Rokok

Pasal 17

- (1) Penyelenggaraan Reklame rokok dilarang pada tempat sebagai berikut:
 - a. kawasan tanpa rokok;
 - b. kawasan tanpa penyelenggaraan Reklame; dan
 - c. lokasi lainnya yang ditetapkan Wali Kota.
- (2) Reklame produk rokok dikenakan tambahan pajak sebesar 100% (seratus persen) dari besarnya pajak Reklame.
- (3) Penyelenggaraan Reklame rokok dilakukan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Bagian Keempat
Kewajiban dan Larangan

Paragraf 1
Kewajiban

Pasal 18

- (1) Setiap penyelenggara Reklame berkewajiban:
 - a. membayar pajak Reklame dan dana jaminan pembongkaran Reklame;
 - b. memasang Peneng;
 - c. memelihara dan merawat konstruksi, instalasi listrik, Konten Reklame dan/atau media Reklame; dan
 - d. membongkar dan melepaskan konstruksi, Konten Reklame dan/atau media Reklame yang telah berakhir masa izinnya.
- (2) Dalam hal pada konstruksi tidak ada Reklame produk yang ditayangkan paling lama 1 (satu) tahun, maka pemilik konstruksi Bangunan Reklame menayangkan konten layanan kemasyarakatan dengan pesan "Go Green", menjaga kebersihan, kelestarian lingkungan, dan atau keselamatan berlalu lintas dan/atau himbuan program pembangunan Pemerintah Daerah.
- (3) Penyelenggara Reklame yang memiliki PBG yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi administratif oleh Kepala DPMPSTP sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Penyelenggara Reklame yang memiliki IMTR yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi administratif oleh Kepala Bapenda sebagai berikut:
 - a. teguran lisan;
 - b. pencabutan sementara izin; dan/atau
 - c. pencabutan tetap izin.
- (5) Selain sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4), pencabutan PBG dan IMTR dapat disebabkan oleh kebutuhan Pemerintah Daerah dalam rangka penyelenggaraan pelayanan publik atau sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Paragraf 2
Larangan

Pasal 19

Setiap penyelenggara Reklame dilarang:

- a. menyelenggarakan Reklame tanpa izin, izin sudah berakhir, izin dicabut atau dibatalkan;
- b. menyelenggarakan Reklame yang bentuk, ukuran dan penempatan tidak sesuai dengan izin yang diterbitkan;
- c. menyelenggarakan Reklame produk di halaman dan gedung kantor Pemerintahan, tempat ibadah, atau

- kawasan apa penyelenggaraan Reklame;
- d. menyelenggarakan Reklame yang Konten Reklamennya mengandung unsur kata, kalimat atau gambar yang menyakiti perasaan suatu suku, agama, ras, golongan, negara lain, bernada menghasut, atau memprovokasi;
 - e. menyelenggarakan Reklame dengan Konten Reklame yang mengandung unsur pornografi, pornoaksi, atau minuman beralkohol;
 - f. menyelenggarakan Reklame yang menyerupai rambu lalu lintas;
 - g. menyelenggarakan Reklame yang membahayakan pengguna jalan, konstruksi, dan/atau bangunan pelengkap jalan;
 - h. menyelenggarakan Reklame berupa portal dan/atau jenis konstruksi lainnya yang melintang di atas jalan;
 - i. mengganggu dan mengurangi fungsi rambu lalu lintas atau sarana pengatur lalu lintas lainnya;
 - j. merusak vegetasi, taman, bunga, atau pohon pelindung;
 - k. menambah, merubah, mengganti atau memindahkan konstruksi dan atau media Reklame yang tidak sesuai dengan izin yang diberikan;
 - l. menyelenggarakan Reklame di atas drainase; dan
 - m. menyelenggarakan reklame rokok di kawasan tanpa rokok.

Bagian Kelima
Pengawasan dan Pembongkaran

Paragraf 1
Pengawasan

Pasal 20

- (1) Kepala Bapenda berwenang melakukan pengawasan atas penyelenggaraan IMTR.
- (2) Kepala DPUPR berwenang melakukan pengawasan atas PBG Reklame.
- (3) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan terhadap:
 - a. penyelenggaraan Reklame tanpa izin; dan/atau
 - b. penyelenggaraan Reklame yang tidak mematuhi kewajiban dan larangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 atau Pasal 19.

Paragraf 2
Pembongkaran

Pasal 21

- (1) Kepala DPMPSTSP melakukan pencabutan PBG.
- (2) Kepala Bapenda melakukan pencabutan IMTR.

Pasal 22

- (1) Penyelenggara Reklame pemilik PBG yang dicabut wajib membongkar Reklame paling lama 2 (dua) hari setelah menerima keputusan pencabutan.
- (2) Penyelenggara Reklame pemilik IMTR yang dicabut wajib membongkar Reklame paling lama 1 (satu) hari setelah menerima teguran lisan dan/atau teguran tertulis.
- (3) Dalam hal konstruksi Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dilakukan pembongkaran maka DPUPR melakukan pembongkaran konstruksi Reklame.
- (4) Dalam hal pembongkaran media Reklame dilakukan oleh Penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2), maka penyelenggara Reklame dapat mengajukan pengembalian dana jaminan pembongkaran Reklame yang telah disetorkan.
- (5) Dalam hal pembongkaran Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan oleh Bapenda, maka penyelenggara Reklame tidak dapat mengajukan pengembalian dana jaminan pembongkaran Reklame yang telah disetorkan.

Bagian Keenam Dana Jaminan Pembongkaran dan Standar Biaya Pembongkaran

Paragraf 1 Dana Jaminan Pembongkaran

Pasal 23

- (1) Setiap penyelenggara Reklame wajib membayar dana jaminan pembongkaran Reklame.
- (2) Dana jaminan pembongkaran Reklame disetorkan pada rekening kas umum daerah.
- (3) Besaran dana jaminan pembongkaran Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota.

Pasal 24

- (1) Penyelenggara Reklame dapat mengajukan pengembalian dana jaminan pembongkaran Reklame yang telah disetorkan dalam hal masa berlaku PBG atau IMTR telah berakhir dan tidak memperpanjangnya paling lama 3 (tiga) hari kerja setelah masa berlaku PBG atau IMTR berakhir.
- (2) Penyelenggara Reklame mengajukan permohonan tertulis pengembalian dana jaminan pembongkaran IMTR kepada Kepala Bapenda dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:
 - a. asli bukti setoran dana jaminan pembongkaran masa tayang Reklame; dan

- b. foto situasi sebelum dan sesudah pembongkaran.
- (3) Penyelenggara Reklame tidak dapat meminta pengembalian dana jaminan pembongkaran MTR apabila:
 - a. izin diperpanjang;
 - b. Pengajuan permohonan pengembalian dana jaminan pembongkaran IMTR melewati batas waktu 3 (tiga) hari kerja setelah masa berlaku IMTR berakhir; atau
 - c. pembongkaran Konten Reklame dan/atau media Reklame dilakukan oleh Bapenda.

Paragraf 2
Standar Biaya Pembongkaran

Pasal 25

- (1) Standar biaya pembongkaran Reklame sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
- (2) Standar biaya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah standar biaya maksimal yang dilaksanakan oleh pihak ketiga yang disesuaikan dengan kemampuan keuangan Daerah.

BAB V
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 26

PBG dan/atau IMTR yang telah diterbitkan sebelum diundangkannya Peraturan Wali Kota ini masih tetap berlaku sampai dengan berakhirnya masa izin.

BAB VI
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 27

Pada saat Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku:

- a. Peraturan Wali Kota Nomor 49 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame (Berita Daerah Kota Padang Tahun 2014 Nomor 49);
- b. Peraturan Wali Kota Nomor 24 Tahun 2019 tentang Pedoman Standar Biaya Pembongkaran Reklame (Berita Daerah Kota Padang Tahun 2019 Nomor 24);
- c. Peraturan Wali Kota Nomor 64 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kota Padang Tahun 2021 Nomor 64); dan
- d. Peraturan Wali Kota Nomor 89 Tahun 2021 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame (Berita Daerah Kota Padang Tahun 2021 Nomor 89) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Wali Kota Nomor 6 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota

Nomor 89 Tahun 2021 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame (Berita Daerah Kota Padang Tahun 2022 Nomor 6),

dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 28

Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Padang
pada tanggal 20 Mei 2024

Pj. WALI KOTA PADANG,



ANDRE HARMADI ALGAMAR

Diundangkan di Padang
pada tanggal 20 Mei 2024

Plh. SEKRETARIS DAERAH KOTA PADANG,



KOSEFRIAWAN

BERITA DAERAH KOTA PADANG TAHUN 2024 NOMOR 9

LAMPIRAN I
PERATURAN WALI KOTA PADANG
NOMOR 9 TAHUN 2024
TENTANG
PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME, JENIS DAN
BENTUK PENGECUALIAN OBJEK PAJAK REKLAME
SERTA TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME

PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

No.	Jenis Reklame	Nilai Sewa Reklame (Rupiah)			Ukuran	Jangka Waktu	Tarif	Nilai Pajak Reklame (Rupiah)		
		Sangat Strategis	Strategis	Kurang Strategis				Sangat Strategis	Strategis	Kurang Strategis
1	Papan									
	a. <i>Videotron/ Megatron</i>	16.666.667	10.000.000	6.666.667	1m ²	1 tahun	15%	2.500.000	1.500.000	1.000.000
		1.666.667	1.000.000	666.667	1m ²	1 bulan	15%	250.000	150.000	100.000
	b. <i>Billboard</i>	5.666.667	2.800.000	1,866,667	1m ²	1 tahun	15%	850.000	420.000	280.000
		473.333	233.333	153.333	1m ²	1 bulan	15%	71.000	35.000	23.000
	c. <i>Neon Box</i>	4.000.000	2.000.000	1.333.333	1m ²	1 tahun	15%	600.000	300.000	200.000
2	Kain	100.000	100.000	100.000	1m ²	1 hari	10%	10.000	10.000	10.000
		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1m ²	1 bulan	10%	100.000	100.000	100.000

No.	Jenis Reklame	Nilai Sewa Reklame (Rupiah)			Ukuran	Jangka Waktu	Tarif	Nilai Pajak Reklame (Rupiah)		
		Sangat Strategis	Strategis	Kurang Strategis				Sangat Strategis	Strategis	Kurang Strategis
3	Melekat/ Stiker	120.000	120.000	120.000	1m ²	1 bulan	15%	18.000	18.000	18.000
4	Selebaran	60.000	60.000	60.000	1m ²	1 bulan	25%	15.000	15.000	15.000
5	Berjalan/ Kendaraan	1.333.333	1.333.333	1.333.333	1m ²	1 tahun	15%	200.000	200.000	200.000
6	Udara	1.080.000	1.080.000	1.080.000	1m ²	1 bulan	15%	162.000	162.000	162.000
7	Apung	900.000	900.000	900.000	1m ²	1 bulan	15%	135.000	135.000	135.000
8	Film/ Slide	-	-	-	1 slide	1 hari	15%	10.000	10.000	10.000
9	Peragaan	-	-	-	1 peragaan	1 hari	15%	25.000	25.000	25.000

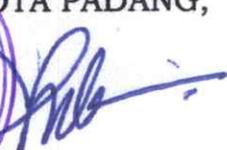

Pj. WALIKOTA PADANG,

ANDRE HARMADI ALGAMAR

LAMPIRAN II
PERATURAN WALI KOTA PADANG
NOMOR 9 TAHUN 2024
TENTANG
PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME, JENIS DAN
BENTUK PENGECUALIAN OBJEK PAJAK REKLAME
SERTA TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME

STANDAR BIAYA PEMBONGKARAN REKLAME

No.	Jenis	Luas (m ²)	Biaya Pembongkaran (Rupiah)	
			Konstruksi	Media
1	Papan			
	a. Videotron, Megatron, LED	50	16.000.000	-
	b. Billboard	32 s.d. 72	9.500.000	500.000
	c. Bando	32 s.d. 72	11.500.000	750.000
	d. Baliho	12 s.d. 24	8.500.000	500.000
	e. Neon Box			
	1) Di Tiang	0 s.d. 2	600.000	100.000
		2,01 s.d. 9	1.000.000	150.000
	2) Di Dinding	0 s.d. 2	400.000	75.000
		2,01 s.d. 11	600.000	150.000
		11,01 s.d. 32	1.000.000	300.000
		32,01 s.d. 72	2.000.000	500.000
2	Kain, Layar, Spanduk, Umbul-Umbul, Banner	0,5 s.d. 24	75.000	20.000
3	Melekat/Stiker	Rp.200.000,00/ 400 lembar/ 1 kali pasang		
4	Berjalan/ Kendaraan	Rp.100.000,00/ 1 sisi/ 1 kali pasang		
5	Udara	Rp.100.000,00/ 1m ² / 1 kali pasang		
6	Apung	Rp.100.000,00/ 1m ² / 1 kali pasang		


Pj. WALI KOTA PADANG,

ANDRI HARMADI ALGAMAR