



WALIKOTA PEKANBARU

PERATURAN WALIKOTAPEKANBARU NOMOR 24 TAHUN 2013

TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA PEKANBARU

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA PEKANBARU,

- Menimbang :
- a. bahwa dalam rangka penataan ruang kota yang terarah dan terkendali serta meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru maka perlu diterbitkan regulasi;
 - b. bahwa dengan semakin pesatnya perkembangan kota dan sesuai dengan tingginya laju pertumbuhan reklame yang beraneka ragam maka diperlukan penataan penyelenggaraan reklame secara terpadu, menyeluruh, efektif dan efisien;
 - c. bahwa Pajak Reklame merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat serta mewujudkan kemandirian daerah;
 - d. bahwa untuk menghitung besarnya Pajak Reklame sebagaimana diatur dalam Pasal 3 ayat (1) dan Pasal 7 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, perlu diatur Petunjuk Pemungutan Pajak Dan Penetapan Nilai Sewa Reklame;
 - e. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c dan huruf d di atas, dipandang perlu menetapkan Peraturan Walikota Pekanbaru tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru;
- Mengingat :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota Kecil Dalam Lingkungan Daerah Provinsi Sumatera Tengah (Lembaran Negara Tahun 1956 Nomor 19);
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2000 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3087);
 3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286);

4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4247)
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 5, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4355);
6. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan Pengelolaan dan Tanggungjawab Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 66, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4400);
7. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437), sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah;
8. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 132);
9. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 96, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5025).
10. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5049);
11. 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);
12. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2005 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 83, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4532);
13. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4578);
14. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2006 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 86, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4655);
15. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2010 tentang Tata Cara Pemberian dan Pemanfaatan Insentif Pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 119, Tambahan

Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5161);

16. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2011 tentang Manajemen dan Rekayasa, Analisis Dampak, serta Manajemen Kebutuhan Lalu Lintas (Lembaran Negara Tahun 2011 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5221);
17. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 21 Tahun 2011 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah;
18. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2009 tentang Pedoman Tata Naskah Dinas di Lingkungan Pemerintah Daerah ;
19. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2011 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Tahun 2011 Nomor 694) ;
20. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 29/PRT/M/2006 tentang Pedoman Persyaratan Teknis Bangunan Gedung;
21. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Republik Indonesia Nomor 24/PRT/M/2007 Tahun 2007 Tentang Pedoman Teknis Izin Mendirikan Bangunan;
22. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian – bagian Jalan;
23. Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor: 131.14-34 Tahun 2012, tentang Pemberhentian Penjabat Walikota Pekanbaru dan Pengesahan Pengangkatan Walikota Pekanbaru Provinsi Riau ;
24. Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor: 131.14-35 Tahun 2012, tentang Pemberhentian Wakil Walikota Pekanbaru dan Pengesahan Pengangkatan Wakil Walikota Pekanbaru Provinsi Riau ;
25. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 61 Tahun 1993 tentang Rambu-Rambu Lalu Lintas di jalan;
26. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KM 65 Tahun 1993 tentang Fasilitas Pendukung Lalu Lintas Jalan dan Angkutan;
27. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 8 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas-Dinas di Lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru;
28. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame;
29. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 7 tahun 2012 Tentang Retribusi Izin Mendirikan Bangunan;
30. Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 42 Tahun 2009 tentang Sistem dan Prosedur Pengelolaan Keuangan Daerah;
31. Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 23 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2008

tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas-Dinas di Lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: PERATURAN WALIKOTA PEKANBARU TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA PEKANBARU

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Pekanbaru.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Pekanbaru.
3. Walikota adalah Walikota Pekanbaru.
4. 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 atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik atau organisasi yang sejenis, lembaga, bentuk usaha tetap dan bentuk badan lainnya.
5. Badan Pelayanan Terpadu adalah Badan Pelayanan Terpadu Kota Pekanbaru.
6. Dinas Kebersihan dan Pertamanan adalah Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Pekanbaru.
7. Dinas Pekerjaan Umum adalah Dinas Pekerjaan Umum Kota Pekanbaru.
8. Dinas Pendapatan Daerah adalah Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru.
9. Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika adalah Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kota Pekanbaru.
10. Dinas Tata Ruang dan Bangunan adalah Dinas Tata Ruang dan Bangunan Kota Pekanbaru.
11. Instansi Pemberi Izin adalah instansi yang memberikan Izin Penyelenggaraan Reklame yang akan ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
12. Kantor Satuan Polisi Pamong Praja adalah Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru.
13. Kepala Dinas Pendapatan adalah Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru.
14. Pejabat Yang Ditunjuk adalah Pegawai yang diberi tugas tertentu dibidang perpajakan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
15. Walikota dapat melimpahkan kewenangan pemberian izin penyelenggaraan reklame kepada instansi yang ditunjuk.
16. Biro Reklame adalah badan yang bergerak di bidang periklanan yang memiliki tenaga teknis sesuai ketentuan yang berlaku.

17. Dalam Gedung atau Bangunan (In door) adalah Lokasi atau titik pemasangan reklame berada di dalam gedung atau bangunan, misalnya lobby hotel, kamar hotel, dalam ruangan restoran dan lain sebagainya.
18. Dalam Sarana Pemerintah adalah Bagian ruang di Kota Pekanbaru yang status kepemilikannya dikuasai Negara/ Daerah dan penggunaannya untuk kepentingan umum sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang kota.
19. Diluar Gedung atau Bangunan (Out door) adalah Lokasi atau titik pemasangan reklame berada diluar bangunan dan gedung, seperti di atas pintu masuk, di atas atap gedung atau menempel pada dinding luar bangunan.
20. Diluar Sarana Pemerintah adalah Bagian dari ruang di Kota Pekanbaru yang status kepemilikannya perseorangan atau badan tertentu yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang kota.
21. Fasade bangunan adalah tampilan dari wajah sebuah bangunan.
22. Iklan adalah media dalam bentuk apapun yang digunakan produsen untuk memperkenalkan suatu produk ke khalayak umum.
23. Izin Mendirikan Bangunan selanjutnya disingkat IMB adalah izin untuk mendirikan bangunan sebagaimana diatur dalam peraturan daerah.
24. Izin Penyelenggaraan Reklame adalah izin penyelenggaraan reklame yang diberikan oleh Walikota.
25. Jaminan Bongkar adalah biaya yang dibayarkan oleh penyelenggara reklame kepada Pemerintah Daerah yang digunakan oleh pemerintah Daerah untuk membongkar reklame dan untuk pemulihan/perbaikan kembali lokasi/tempat tersebut.
26. Uang jaminan bongkar pemasangan reklame dipergunakan oleh Daerah untuk membiayai pembongkaran reklame yang bersangkutan, jika yang bersangkutan tidak melakukan pembongkaran reklame setelah berakhirnya masa pajak/masa izin dan masa tenggang.
27. Jembatan Penyeberangan Orang adalah jembatan yang hanya diperuntukan bagi lalu lintas pejalan kaki yang melintas di atas jalan raya atau menyeberang di jalan raya atau jalur kereta api.
28. Kartu NPWPD adalah Kartu yang menyebutkan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah, nama dan alamat Wajib Pajak sebagai identitas wajib pajak.
29. Kas Daerah adalah Kas Daerah Kota Pekanbaru.
30. Kawasan/Zona Reklame adalah Batasan-batasan wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame.
31. Kelas Jalan Reklame adalah Klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Walikota.
32. Ketinggian Reklame adalah Jarak tegak lurus imajiner antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah/ permukaan tanah dimana reklame tersebut berdiri.
33. Lokasi Bukan Persil adalah semua ruang di luar persil, di dalam wilayah Daerah, termasuk keseluruhan Ruang Milik Jalan baik milik Pemerintah maupun penyelenggara/ pemilik tanah dan Daerah Manfaat Sungai serta prasarana lingkungan yang oleh Perusahaan Pengembang Perumahan belum diserahkan kepada Pemerintah Daerah.

34. Lokasi Persil adalah suatu perpetakan tanah yang terdapat dalam lingkup rencana kota atau rencana perluasan kota atau jika sebagian masih belum ditetapkan rencana perpetakannya, namun menurut pertimbangan Pemerintah Daerah dapat digunakan untuk mendirikan sesuatu bangunan.
35. Lokasi Reklame adalah Tempat pemasangan satu atau beberapa buah reklame.
36. Masa Pajak Reklame adalah Jangka waktu yang lamanya 1 (satu) bulan kalender atau jangka lain yang diatur dengan Peraturan Walikota paling lama 3 (tiga) bulan kalender yang menjadi dasar bagi wajib pajak untuk menghitung, menyetor dan melaporkan pajak yang terutang.
37. Materi Pesan (teks)/ Tema adalah Pesan-pesan berupa kata-kata, tulisan, gambar/ logo, warna, kata-kata simbol, atau gambar yang disajikan dalam bidang reklame, baik secara statis maupun secara bergerak (animasi).
38. Media informasi adalah media dalam bentuk apapun, tidak bersifat komersial yang diterbitkan oleh pemerintah.
39. Media reklame adalah benda, rangka atau konstruksi bangunan reklame secara keseluruhan yang dibuat sebagai tempat pemasangan/pendirian dan atau dimuatnya reklame dalam rangka penyelenggaraan reklame dimaksud.
40. Reklame Mural adalah reklame yang dicat atau diterapkan langsung pada dinding, atap atau permukaan permanen besar lainnya yang mengikuti bentuk dasar dari bidang yang ditempatinya.
41. Nilai Jual Objek Pajak Reklame yang disingkat NJOPR adalah Merupakan keseluruhan pembayaran/ pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan/ atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/ harga beli reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan dengan bangunan reklame selesai, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan/ atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.
42. Nilai Sewa Reklame yang disingkat (NSR) adalah Hasil penjumlahan nilai jual objek pajak reklame dengan nilai strategis pemasangan reklame.
43. Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang disingkat NSPR adalah Ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan.
44. Objek Pajak Reklame adalah Semua penyelenggaraan reklame.
45. Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak, adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
46. Pajak Reklame, selanjutnya disebut Pajak adalah Pajak atas penyelenggaraan reklame.
47. Panggung Reklame adalah Sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur secara terpadu dengan baik dalam suatu komposisi yang estetis, baik dari segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang di Kota Pekanbaru beserta lingkungan disekitarnya.
48. Pembayaran adalah Jumlah yang diterima atau seharusnya diterima sebagai imbalan atas penyelenggaraan reklame yang dibayarkan kepada Daerah.
49. Pemeriksaan adalah serangkaian kegiatan untuk mencari, mengumpulkan, mengolah data dan/atau keterangan lainnya untuk menguji kepatuhan

pemenuhan kewajiban dan untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan pajak reklame.

50. Penyelenggara Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
51. Penyelenggaraan reklame adalah suatu kegiatan pelaksanaan pendirian/pemasangan/pembuatan reklame dan atau media reklame pada lokasi yang hendak didirikan reklame dan atau media reklame oleh penyelenggara reklame.
52. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan/atau pemerintah daerah.
53. Reklame Apung adalah Reklame insidental yang diselenggarakan di permukaan air atau di atas permukaan air.
54. Reklame Baliho adalah Reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidental. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, flag chain (rangkai bendera), tenda, *krey*, banner, giant banner dan standing banner.
55. Reklame berjalan adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk di dalamnya reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
56. Reklame dalam Gedung atau Bangunan (In door) adalah Lokasi atau titik pemasangan reklame berada di dalam gedung atau bangunan, misalnya lobby hotel, kamar hotel, dalam ruangan restoran dan lain sebagainya.
57. Reklame film atau *slide* adalah reklame yang diselenggarakan menggunakan klise (*celluloide*) berupa kaca atau film, atau bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.
58. Reklame Insidental adalah Reklame baliho, kain, reklame peragaan, reklame selebaran, reklame melekat, reklame film, reklame udara, reklame apung dan reklame suara.
59. Reklame Kain adalah Reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidental dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, flag chain (rangkai bendera), tenda, *krey*, banner, giant banner dan standing banner.
60. Reklame Megatron adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan Elektronik Display.
61. Reklame Melekat atau Stiker adalah Reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
62. Reklame Papan atau *Billboard* adalah Reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, *tinplate*, *collibrite*, *vynil*, aluminium, fiberglas, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain

yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.

63. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
64. Reklame Permanen adalah Reklame megatron dan reklame papan yang diselenggarakan di persil atau reklame berjalan.
65. Reklame Selebaran adalah Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, leaflet, dan reklame dalam undangan.
66. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
67. Reklame Terbatas adalah Reklame megatron dan reklame papan dengan luas bidang lebih dari 8 m² (delapan meter persegi) yang diselenggarakan di lokasi persil atau reklame megatron dan reklame papan yang diselenggarakan di lokasi bukan persil.
68. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
69. Rekomendasi adalah pertimbangan teknis dari penyelenggara jalan tentang penggunaan ruang pengawasan jalan agar tidak mengganggu kelancaran dan keselamatan pengguna jalan serta tidak membahayakan konstruksi jalan, serta guna menjamin peruntukan ruang pengawasan jalan.
70. Sistem Official Assesment adalah Suatu sistem dimana Wajib Pajak membayar pajak yang terutang berdasarkan ketetapan Walikota atau Pejabat yang ditunjuk atas laporan yang disampaikan.
71. Sistem Pemungutan Pajak Daerah adalah sistem yang akan dikenakan kepada Wajib Pajak dalam memungut, memperhitungkan dan melaporkan serta menyetorkan pajak terutang.
72. Subjek Pajak Reklame adalah Orang pribadi atau badan yang melakukan, menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame.
73. Sudut Pandang Reklame adalah Mudah tidaknya titik reklame dilihat oleh konsumen, yang ditentukan berdasarkan dari persimpangan lima, persimpangan empat, persimpangan tiga, jalan dua arah dan jalan satu arah yang dinyatakan dalam skor.
74. Surat Ketetapan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SKPD adalah Surat ketetapan pajak yang menentukan besarnya jumlah pokok pajak terutang.
75. Surat Permohonan Izin Penyelenggaraan Reklame adalah surat yang digunakan wajib pajak atau penyelenggara reklame untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame.
76. Surat Setoran Jaminan Biaya Bongkar, yang selanjutnya disingkat SSJB, adalah Surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melakukan pembayaran atau penyetoran jaminan biaya bongkar.
77. Tanda pengesahan adalah bentuk izin penyelenggaraan reklame yang diberikan bagi reklame insidentil, jenis kain, selebaran dan melekat yang berupa cap/stempel.

78. Tim Pengawas adalah petugas dan/atau pegawai pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru dan SKPD terkait sesuai dengan kebutuhan, untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame .
79. Tim Reklame adalah unit kerja di lingkungan Pemerintah Daerah yang memberikan pertimbangan kepada Walikota atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.
80. Wajib Pajak Reklame adalah Orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

BAB II JENIS-JENIS BANGUNAN REKLAME

Pasal 2

- (1) Jenis-jenis bangunan Reklame yang diatur dalam peraturan ini:
 - a. reklame megatron;
 - b. reklame papan atau billboard;
 - c. reklame baliho;
 - d. reklame berjalan;
 - e. reklame udara;
 - f. reklame apung
 - g. reklame suara;
 - h. reklame film atau *slide*;
 - i. reklame pengenalan usaha/merek usaha;
 - j. reklame mural;
 - k. jembatan penyeberangan orang (JPO).
- (2) Lingkup pengaturan bangunan Reklame seperti yang diatur dalam Pasal 2 meliputi :
 - a. kawasan dan titik penempatan;
 - b. ukuran dan Prototipe;
 - c. konstruksi;
 - d. prosedur dan perizinan.
 - e. Pajak reklame
- (3) Bangunan Reklame yang dilarang dalam Peraturan ini adalah konstruksi bangunan reklame berupa portal dan/atau jenis konstruksi lainnya yang melintang di atas jalan, kecuali rambu-rambu lalu lintas penunjuk arah kota.

BAB III PENETAPAN KAWASAN REKLAME

Pasal 3

- (1) Penetapan kawasan reklame di kota pekanbaru dibagi menjadi tiga kategori:
 - a. kawasan/lokasi bebas reklame;
 - b. kawasan/lokasi reklame terbatas;
 - c. kawasan/lokasi reklame umum.
- (2) Kawasan bebas reklame adalah kawasan yang tidak dibenarkan dipasang reklame.
- (3) Kawasan reklame terbatas adalah kawasan yang diizinkan memasang reklame dengan pengaturan tertentu.
- (4) Kawasan reklame umum adalah diluar kawasan bebas reklame dan kawasan reklame terbatas.

- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud ayat (1) pasal ini, tidak berlaku terhadap media informasi Pemerintah

BAB IV PERENCANAAN TEKNIS BANGUNAN REKLAME

Bagian Kesatu Persyaratan Teknis Bangunan Reklame

Pasal 4

Persyaratan teknis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (2) mencakup:

- (1) Bangunan Reklame diizinkan/ditempatkan pada kawasan dengan peruntukan perdagangan dan jasa (secara umum), dapat ditentukan lain sesuai dengan rekomendasi instansi terkait.
- (2) Bangunan Reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dilarang melebihi batas ketinggian sandaran.
- (3) Bangunan Reklame Ikon diizinkan berlokasi didalam kaveling baik pada bangunan atau diluar bangunan.
- (4) Bangunan Megatron diizinkan berlokasi di dalam kaveling dengan orientasi introvert.
- (5) Bangunan Baliho dan Spanduk ditempatkan di dalam kaveling pada panggung konstruksi tersendiri.
- (6) Reklame insidental pada kelengkapan jalan, seperti halte, pohon, dilarang mendominasi lingkungan.
- (7) Bangunan Reklame pada bangunan dirancang terintegrasi dengan fasade bangunan.
- (8) Reklame yang melekat pada pos polisi, hanya berupa videotron dengan ukuran proporsional.

Bagian Kedua Penempatan Bangunan Reklame

Pasal 5

- (1) Reklame pada jaringan jalan di dalam kawasan perkotaan dapat ditempatkan di dalam ruang manfaat jalan dengan ketentuan:
 - a. ditempatkan di luar bahu jalan atau trotoar dengan jarak paling dekat 1 (satu) meter dari tepi paling luar bahu jalan atau trotoar;
 - b. dalam hal tidak terdapat ruang di luar bahu jalan, trotoar, atau jalur lalu lintas, reklame sebagaimana dimaksud pada huruf a dapat ditempatkan di atas bangunan.
 - c. bangunan reklame sebagaimana dimaksud huruf b, wajib mendapat rekomendasi dari perencanaan bangunan yang memiliki sertifikat keahlian.
- (2) Reklame pada jaringan jalan di luar kawasan perkotaan dapat ditempatkan di dalam ruang milik jalan pada sisi terluar.
- (3) Reklame dapat dipasang pada struktur Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) tanpa membahayakan konstruksi jembatan dan keselamatan pengguna jalan.
- (4) Reklame di atas ruang manfaat jalan harus diletakkan pada ketinggian paling rendah 5 (lima) meter dari permukaan jalan tertinggi.
- (5) Reklame pengenalan usaha harus dibuat seragam dengan ukuran dan model yang sama sesuai dengan kawasan yang ditetapkan.

- (6) Reklame pengenalan usaha harus menempel sejajar pada bangunan dan tidak dibenarkan posisi tegak lurus terhadap fasade bangunan.
- (7) Reklame berupa mural ditetapkan maksimal 75 (tujuh puluh lima) persen dari luas dinding dan terpusat.
- (8) Bangunan reklame yang berada di atas bangunan, tidak dibenarkan melebihi fasade dan/atau dinding terluar bangunan.
- (9) Lokasi bangunan reklame di setiap koridor ruas jalan, ditentukan berdasarkan titik koordinat sebagaimana tercantum pada Lampiran Peraturan ini.
- (10) Terhadap lokasi bangunan reklame yang belum ditentukan koordinatnya, maka ditentukan berdasarkan survey oleh Tim yang ditetapkan oleh Walikota.
- (11) Bangunan reklame tidak dibenarkan berada pada kawasan pertamanan, kecuali mendapat rekomendasi dari dinas teknis terkait atau dinas yang membidangi urusan pertamanan.
- (12) Bangunan reklame tidak dibenarkan berada di atas median, trotoar, dan bahu jalan.

Bagian Ketiga Ukuran Bangunan Reklame

Pasal 6

- (1) Bangunan reklame pada persil bangunan tidak diperbolehkan menutupi fasade bangunan dan melebihi pagar pembatas persil bangunan. Ukuran maksimum yang diperbolehkan adalah 25% dari luas fasade keseluruhan.
- (2) Ukuran bangunan reklame ditetapkan sesuai koridor jalan sebagaimana tercantum pada Lampiran peraturan ini.
- (3) Terhadap koridor jalan yang belum ditetapkan ukuran bangunan reklamennya, maka ditetapkan oleh Tim Reklame.

Bagian Keempat Pencahayaan Bangunan Reklame

Pasal 7

Reklame dapat menggunakan lampu dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Intensitas cahaya lampu tidak menyilaukan pengguna jalan; dan
- b. Pantulan cahaya lampu tidak menyilaukan pengguna jalan.

Bagian Kelima Huruf dan Warna Reklame

Pasal 8

Huruf dan warna reklame harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. bentuk huruf atau simbol yang digunakan pada reklame tidak boleh sama atau menyerupai bentuk huruf dan simbol rambu-rambu lalu lintas; dan
- b. kombinasi warna yang digunakan pada reklame tidak boleh sama atau menyerupai warna yang digunakan untuk rambu-rambu lalu lintas.

Bagian Keenam
Konstruksi Bangunan Reklame

Pasal 9

- (1) Konstruksi bangunan reklame harus dirancang sehingga apabila bangunan reklame mengalami kerusakan atau runtuh (roboh) tidak membahayakan pengguna jalan dan tidak membahayakan konstruksi dan bangunan pelengkap jalan.
- (2) Untuk menjamin keamanan dan keselamatan pengguna jalan, konstruksi bangunan reklame dan instalasi listrik pada reklame harus memenuhi peraturan teknis yang meliputi:
 - a. peraturan mengenai pembebanan bangunan;
 - b. peraturan mengenai perencanaan bangunan baja;
 - c. peraturan mengenai bahan bangunan;
 - d. peraturan mengenai perencanaan bangunan beton;
 - e. peraturan mengenai instalasi listrik.

BAB V
BANGUNAN JEMBATAN PENYEBERANGAN ORANG

Bagian Kesatu
Ketentuan Umum Pembangunan JPO

Pasal 10

- (1) Dari aspek lalu lintas pemilihan kawasan dan titik penempatan JPO berdasarkan survey secara detail terhadap pola pergerakan arus lalu lintas berdasarkan analisa bangkitan dan tarikan manusia di lokasi yang ditinjau.
- (2) Fungsi trotoar tidak terganggu dengan adanya penempatan pondasi tiang/tangga JPO.
- (3) Analisa secara detail seperti yang dimaksud pada ayat (1) dan (2) berdasarkan pertimbangan teknis (Rekomendasi) dari Dinas terkait.

Pasal 11

Jembatan Penyeberangan Orang dapat dibangun dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. bila fasilitas penyeberangan dengan menggunakan zebra cross dan pelikan cross sudah mengganggu lalu lintas yang ada;
- b. pada ruas jalan dimana frekuensi terjadinya kecelakaan yang melibatkan pejalan kaki cukup tinggi;
- c. pada ruas jalan yang mempunyai arus lalu lintas pejalan kaki yang tinggi, serta arus kendaraan memiliki kecepatan tinggi.

Bagian Kedua
Dasar Perencanaan Pembangunan JPO

Pasal 12

Perencanaan pembangunan JPO harus dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku serta mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

- (1) Jembatan penyeberangan untuk pejalan kaki yang dibangun melintas diatas jalan raya:
 - a. pelaksanaannya cepat dan lebih mudah;
 - b. tidak mengganggu kelancaran lalu lintas;
 - c. memenuhi kriteria keselamatan dan kenyamanan para pemakai jembatan serta keamanan bagi pemakai jalan yang melintas dibawahnya;
 - d. pemeliharaan cepat dan mudah tidak perlu dilakukan secara intensif.
- (2) Memenuhi tuntutan estetika dan keserasian dengan lingkungan dan sekitarnya.

Pasal 13

Standar Ketinggian Bagian Bawah JPO:

- (1) Jalan Raya: **5,00** meter dari permukaan jalan.
- (2) Jalur kereta: 6,5 meter dari permukaan rel.

Pasal 14

Ketentuan Jembatan Penyeberangan yang Melintas diatas Jalan Raya:

- (1) Tangga dan kepala jembatan diletakkan diluar jalur trotoar
- (2) Pilar tengah diletakkan ditengah median

Pasal 15

Ketentuan Lebar Badan Jembatan:

- (1) Lebar minimum jalur pejalan kaki dan tangga minimal 2 (dua) meter.
- (2) Pada kedua sisi jalur pejalan kaki dan tangga harus dipasang sandaran yang mempunyai ukuran sesuai ketentuan yang berlaku.

Bagian Ketiga Perencanaan Sandaran Pembangunan JPO

Pasal 16

Perencanaan sandaran jembatan penyeberangan pejalan kaki harus mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- (1) Tinggi minimum sandaran jembatan penyeberangan untuk pejalan kaki adalah 1,35 m terhitung mulai dari permukaan lantai sampai dengan tepi atas sandaran
- (2) Setiap batang sandaran harus diperhitungkan mampu memikul gaya vertikal dan horizontal yang bekerja secara bersamaan seberat 0,75 kN/m (***nol koma tujuh puluh lima kilo newton per meter***)
- (3) Tipe sandaran dapat dipilih salah satu dari bentuk yang tercantum, yaitu:
 - a. tiang sandaran dari pipa logam dengan 3 batang sandaran dari pipa logam;
 - b. tiang sandaran dari pipa logam dengan 2 batang sandaran dari pipa logam;
 - c. tiang sandaran dari alumunium aloy yang menumpu diatas beton dengan 2 batang sandaran dari pipa logam.
- (4) Pada jembatan penyeberangan yang melintas diatas jalan raya dengan lalu lintas kecepatan tinggi, struktur sandaran harus berfungsi sebagai dinding pengaman yang dilapisi kawat kasa 12x12 mm serta tinggi minimum 3 m

- (5) Bila panjang jembatan lebih dari 40 m, harus dipasang pelindung terhadap panas matahari dan hujan:
 - a. Pelindung panas dan hujan dipasang pada bingkai pipa logam;
 - b. Setiap pelindung dari pelat fiber glass;
 - c. Bingkai pelindung harus direncanakan kuat menahan tekanan angin.
- (6) Bahan untuk struktur sandaran dan pelindung harus memenuhi ketentuan.

Bagian Keempat Perencanaan Tumpuan Pembangunan JPO

Pasal 17

Pemilihan tipe tumpuan harus dilakukan dengan pertimbangan:

- a. memenuhi kriteria kekuatan, keawetan dan deformasi maksimum selama masa pelayanan;
- b. pemeliharaan sedikit mungkin;
- c. penggantian dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.

Pasal 18

Perencanaan Tangga:

- (1) Tangga direncanakan untuk memikul beban hidup nominal sebesar 5 kPa (lima kilo pascal).
- (2) Lebar bebas untuk jalur pejalan kaki minimal adalah 2 m.
- (3) Perencanaan dimensi tanjakan dan injakan harus mengacu pada ketentuan:
 - a. tinggi tanjakan minimum 15 cm dan maksimum 21,5 cm;
 - b. lebar injakan minimum 21,5 cm dan maksimum 30,5 cm;
 - c. jumlah tanjakan dan injakan ditetapkan berdasarkan tinggi lantai jembatan yang direncanakan.
- (4) Denah dan tipe tangga harus disesuaikan dengan ruang yang tersedia.
- (5) Tangga tidak boleh menutup alur trotoar, oleh karena itu harus diletakkan di pinggir luar trotoar.
- (6) Pada kaki tangga harus disediakan ruang bebas.

Pasal 19

Perencanaan Pilar:

- (1) Tipe struktur pilar harus dipilih yang pelaksanaannya dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan tidak mengganggu kelancaran lalu lintas.
- (2) Letak pilar adalah sebagai berikut:
 - a. pilar tengah diletakkan ditengah median;
 - b. pilar tepi diletakkan ditepi luar trotoar.

Pasal 20

Perencanaan Pondasi:

- (1) Pemilihan jenis dan tipe harus didasarkan pada kondisi dan karakteristik geoteknik setempat serta mempertimbangkan kecepatan dan kemudahan pelaksanaan.
- (2) Perencanaan pondasi harus mengacu pada salah satu cara:
 - a. SNI 03-3446-1994 untuk pondasi langsung;
 - b. SNI 03-2447-1994 untuk pondasi sumuran;
 - c. SKSNI T-15-1993-03 untuk pondasi tiang.

BAB VI
KETENTUAN PERIZINAN

Bagian Kesatu
Tata Cara Mengajukan Permohonan

Pasal 21

- (1) Setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan Reklame di Wilayah Kota Pekanbaru wajib memiliki Izin Mendirikan Bangunan Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame.
- (2) Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (1) diajukan secara tertulis oleh pemohon dan disampaikan kepada Walikota Pekanbaru melalui instansi dan/atau pejabat yang ditunjuk.
- (3) Permohonan izin sebagaimana dimaksud pada pasal 21 ayat (2) harus dilengkapi dengan persyaratan administrasi dan persyaratan teknis (rekomendasi) dari Tim Reklame.
- (4) Izin sebagaimana dimaksud pada pasal 21 ayat (1) tidak dapat dialihkan kepada pihak lain dengan cara apapun juga.
- (5) Permohonan izin sebagaimana dimaksud pada pasal 21 ayat (1) ditolak apabila tidak memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis yang telah ditentukan.
- (6) Walikota dapat melimpahkan kewenangan pemberian izin sebagaimana dimaksud pada pasal 21 ayat (1) kepada instansi dan/atau pejabat yang ditunjuk.

Bagian Kedua
Persyaratan Administrasi

Pasal 22

- (1) Persyaratan administrasi izin mendirikan bangunan reklame mencakup:
 - a. izin tertulis penggunaan Jalan (khusus untuk reklame yang diselenggarakan didaerah/ ruang milik jalan dari Dinas Perhubungan dan Infokom, Dinas Pekerjaan Umum dan atau Instansi yang membidangnya);
 - b. izin tertulis pemakaian ruang terbuka hijau (khusus untuk reklame yang diselenggarakan diruang terbuka hijau dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan dan atau Instansi yang membidangnya);
 - c. bagi reklame diatas atau menempel pada bangunan harus melampirkan surat sewa, Izin Mendirikan Bangunan (IMB) tempat reklame diselenggarakan;
 - d. setiap penyelenggaraan reklame permanen harus mencantumkan dan menggantungkan identitas usaha.;
 - e. surat permohonan yang berisi data/identitas pemohon;
 - f. rencana teknis bangunan;
 - g. metode pelaksanaan;
 - h. izin usaha, dalam hal pemohon adalah badan usaha;
 - i. rekomendasi dari tim teknis sesuai dengan kewenangannya;
 - j. surat pernyataan bertanggung jawab atas kewajiban memelihara dan menjaga bangunan reklame untuk keselamatan umum, dan menanggung segala resiko atas segala akibat yang mungkin ditimbulkan dari kerusakan

yang terjadi atas sarana atau prasarana yang dibangun/dipasang pada bagian-bagian jalan atau persil yang dimohon;

- k. surat pernyataan dari pemohon tentang kesediaan bangunan reklame untuk dibongkar, apabila jangka waktu izin reklame berakhir;
- l. surat perjanjian kerja sama/sewa dengan pemilik tanah, bila bangunan reklame dibangun di atas tanah masyarakat.

(2) Persyaratan administrasi izin penyelenggaraan reklame mencakup:

- a. surat permohonan yang berisi data/identitas pemohon;
- b. melampirkan foto copy KTP dan foto copy Nomor Pendaftaran Wajib Pajak Daerah (NPWPD);
- c. foto copy surat Izin Mendirikan Bangunan Reklame yang dilegalisir oleh pejabat yang berwenang.

(3) Izin penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud ayat (2) pasal ini, dibedakan menjadi izin penyelenggaraan reklame permanen dan izin penyelenggaraan reklame insidental.

(4) Izin penyelenggaraan reklame insidental, dapat diberikan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. jenis baliho dengan jangka waktu paling singkat 3 (tiga) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- b. jenis kain seperti spanduk, umbul-umbul, banner, tenda, dan sejenisnya, dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- c. stiker/melekat dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- d. jenis reklame peragaan, dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- e. jenis reklame berjalan dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- f. jenis reklame udara dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- g. jenis reklame suara dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- h. jenis reklame film (*slide*) dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari, dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
- i. jenis reklame mural dengan jangka waktu paling singkat 6 (enam) bulan, dan paling lama 12 (dua belas) bulan.

(5) Izin penyelenggaraan reklame permanen adalah izin yang diberikan terhadap penyelenggaraan reklame pada bangunan reklame permanen dengan jangka waktu sesuai dengan perjanjian pemilik produk.

BAB VII KETENTUAN PELAKSANAAN

Pasal 23

- (1) Bentuk bangunan reklame tidak boleh sama atau menyerupai rambu-rambu lalu lintas.
- (2) Untuk keamanan dan keselamatan pengguna jalan, bangunan reklame harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. harus terbuat dari bahan yang bersifat tahan lama atau tahan karat, memenuhi persyaratan umum bahan bangunan Indonesia; dan
 - b. rangka utama harus berupa konstruksi baja atau beton yang memenuhi persyaratan peraturan konstruksi Indonesia.
- (3) Rencana teknis rinci meliputi gambar lokasi, gambar konstruksi, dan bahan konstruksi reklame.
 - (4) Pelaksanaan meliputi mobilisasi dan penyimpanan bahan reklame, penyediaan bahan konstruksi jalan, pelaksanaan penggalian, pemasangan, dan pengembalian konstruksi jalan, serta rencana pengaturan lalu lintas.
 - (5) Pemegang izin wajib melaksanakan pengaturan lalu lintas selama pelaksanaan konstruksi reklame agar gangguan terhadap kelancaran lalu lintas sekecil mungkin.
 - (6) Pemegang izin wajib menjaga, memelihara reklame, dan bertanggung jawab terhadap segala kerusakan jalan yang disebabkan oleh reklame selama jangka waktu perizinan.
 - (7) Jangka waktu perizinan bangunan reklame ditetapkan paling lama 4 (empat) tahun dan dapat diperpanjang.
 - (8) Setelah jangka waktu perizinan berakhir, reklame dapat dibongkar dan konstruksi jalan dikembalikan seperti semula oleh pemegang izin, atau oleh penyelenggara jalan dengan biaya menjadi tanggung jawab pemegang izin.

BAB VIII DASAR PENGENAAN DAN TARIF PAJAK REKLAME

Pasal 24

- (1) Besarnya pajak reklame dihitung dengan cara mengalihkan tarif pajak sebesar 25% (dua puluh lima persen) dengan dasar pengenaan pajak.
- (2) Dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) pasal ini adalah nilai sewa reklame yang dihitung dengan menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak Reklame dan Nilai Strategis Lokasi Reklame.

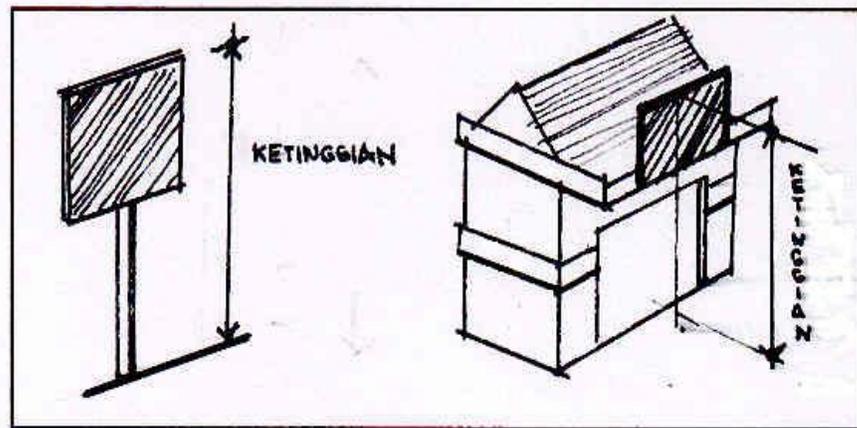
Pasal 25

- (1) Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) ditetapkan masing-masing berdasarkan:
 - a. nilai jual objek pajak reklame, merupakan keseluruhan pembayaran/pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan, transportasi/ pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.

Komponen penentu besaran nilai jual objek pajak reklame adalah Luas bidang reklame dan ketinggian reklame.

Luas bidang reklame adalah Nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame. Luas bidang reklame terbagi atas delapan kelompok dan hasil penghitungannya dinyatakan dalam ukuran meter persegi.

Ketinggian reklame adalah Jarak antar ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata dan dinyatakan dalam ukuran meter. Cara pengukuran ketinggian reklame diilustrasikan sebagaimana gambar berikut:



Reklame dalam ruang yang terletak di lantai dua suatu gedung, pengukuran ketinggian dimulai dari lantai dua sampai dengan ambang teratas reklame, bukan dari lantai dasar (ground floor).

- b. Nilai Strategis Lokasi Reklame, merupakan ukuran nilai yang ditetapkan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: lokasi, sudut pandangan, ketinggian reklame, pemanfaatan ruang dan berbagai aspek kegiatan kota.
- (2) Nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, dibagi dalam kelompok Nilai Sewa Reklame Tetap dan Kelompok Nilai Sewa Reklame Insidental, selanjutnya diatur dalam Lampiran Peraturan Walikota ini.
 - (3) Nilai strategis lokasi reklame sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b Pasal ini, selanjutnya diatur dalam Lampiran Peraturan Walikota ini. Komponen penentu besaran nilai strategis penyelenggaraan reklame adalah lokasi, sudut pandang dan ketinggian.
 - a. lokasi adalah titik tempat atau konstruksi dimana reklame diselenggarakan. Lokasi terbagi atas kelas jalan I, kelas jalan II, kelas jalan III, dalam ruang, berjalan, megatron dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO). Pembagian klasifikasi kelas jalan dijelaskan dalam Lampiran Peraturan Walikota ini. Mengingat tingkat nilai strategis yang berbeda maka penyelenggaraan reklame dalam ruang, reklame berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), skor lokasi dinyatakan secara khusus.
 - b. sudut pandang adalah arah hadap penyelenggaraan reklame atau jumlah arah penyelenggaraan reklame tersebut dapat dipandang. Sudut pandang dibedakan berdasarkan jumlah arah lalu lintas di sekitar lokasi reklame salah satunya dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat dan lainnya. Sudut pandang terbagi atas: > 4 arah, 4 arah, 3 arah, 2 arah, 1 arah, dalam ruang, berjalan, megatron dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO).
 - c. ketinggian reklame adalah jarak antar ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata dan dinyatakan dalam ukuran meter. Nilai strategis ketinggian reklame terbagi atas: > 15 meter, 10 – 14,99 meter, 6 – 9,99 meter, 3 – 5,99 meter, 0 – 2,99 meter, dalam ruang, berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO).

Mengingat tingkat nilai strategis yang berbeda maka penyelenggaraan reklame dalam ruang, reklame berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), skor ketinggian dinyatakan secara khusus.

- (4) Tata cara perhitungan nilai sewa reklame dan pajak reklame, diatur dalam Lampiran Peraturan Walikota ini.
- (5) Apabila suatu materi reklame tetap diganti/ ditutup dengan materi reklame yang lain, atas reklame dimaksud dikenakan dasar pengenaan dengan nilai sewa reklame insidentil, dan atas Pajak Reklame tetap yang telah disetorkan tidak diperhitungkan.

Pasal 26

Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan sebagai berikut:

- (1) Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf, termasuk corak dan warna spesifik yang merupakan identitas suatu produk yang ada didalamnya.
- (2) Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat atau huruf-huruf termasuk corak dan warna spesifik yang merupakan satu kesatuan identitas suatu produk dihitung dari batas yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horizontal, hingga merupakan empat persegi.
- (3) Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing.
- (4) Reklame yang dibuat dengan suatu alat yang diatur sedemikian rupa sehingga dengan alat itu berturut-turut dapat ditampilkan bermacam-macam gambar atau tulisan, maka pajak dihitung berdasarkan jangka waktu dan luas reklame yang sama sesuai dengan banyaknya reklame yang ditampilkan.

BAB IX JAMINAN BONGKAR REKLAME

Pasal 27

- (1) Bagi pemasang reklame diwajibkan membayar jaminan bongkar pemasangan reklame sebesar 10% (sepuluh persen) dari jumlah pajak yang dibayar, yang pelaksanaannya dibayar dimuka bersamaan dengan pembayaran pajak reklame.
- (2) Uang jaminan bongkar reklame merupakan penerimaan daerah.
- (3) Uang jaminan bongkar pemasangan reklame dipergunakan oleh Daerah untuk membiayai pembongkaran reklame yang bersangkutan, jika yang bersangkutan tidak melakukan pembongkaran reklame setelah berakhirnya masa pajak/masa izin dan masa tenggang.
- (4) Masa tenggang untuk reklame tetap/permanen diberikan selama 7 (tujuh) hari dan reklame insidentil dengan masa tenggang selama 2 (dua) hari.
- (5) Uang jaminan bongkar pemasangan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pasal ini dapat dikembalikan kepada yang bersangkutan, sekiranya yang bersangkutan membongkar sendiri reklamennya setelah habis masa pajak/masa izin dan masa tenggang.
- (6) Pengembalian uang jaminan bongkar dilakukan melalui penganggaran dalam kegiatan pembongkaran reklame pada Dinas Pendapatan Daerah dengan mengajukan permohonan kepada Walikota melalui Kepala Dinas Pendapatan Daerah dengan melengkapi persyaratan-persyaratan yang ditentukan.

BAB X
KEANGGOTAAN DAN TUGAS TIM REKLAME

Pasal 28

Keanggotaan Tim Reklame terdiri atas:

- a. Dinas Tata Ruang dan Bangunan sebagai ketua merangkap anggota;
- b. Dinas Pendapatan Daerah sebagai anggota;
- c. Dinas Pekerjaan Umum sebagai anggota;
- d. Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informasi sebagai anggota;
- e. Dinas Kebersihan dan Pertamanan sebagai anggota;
- f. Satuan Pamong Praja sebagai anggota.

Pasal 29

- (1) Tugas Tim Reklame adalah memberikan pertimbangan teknis dan administratif atas permohonan Izin penyelenggaraan Bangunan Reklame.
- (2) Pembagian tugas Tim Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah sebagai berikut:
 - a. Dinas Tata Ruang dan Bangunan selaku Ketua Tim bertugas memimpin dan mengkoordinasikan semua kegiatan Tim Penertiban dan Penataan Penyelenggaraan Bangunan reklame;
 - b. Dinas Tata Ruang dan Bangunan selaku Anggota Tim bertugas memberikan pertimbangan tentang tata letak lokasi bangunan reklame dan memproses administrasi izin mendirikan bangunan reklame;
 - c. Dinas Pendapatan Daerah selaku Anggota Tim bertugas memberikan pertimbangan tentang perpajakan dan memproses administrasi permohonan izin penyelenggaraan reklame;
 - d. Dinas Pekerjaan Umum selaku Anggota Tim bertugas memberikan pertimbangan tentang pemanfaatan Ruang Milik Jalan (Rumija), Kawasan Saluran Pematuan dan Jaringan Utilitas serta perhitungan kekuatan konstruksi bangun reklame;
 - e. Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika selaku Anggota Tim bertugas memberikan pertimbangan tentang keselamatan dan keamanan pengguna jalan;
 - f. Dinas Kebersihan dan Pertamanan selaku Anggota Tim bertugas memberikan pertimbangan tentang pemanfaatan Bangunan reklame di Ruang Terbuka Hijau dan Tiang Penerangan Jalan Umum (PJU);
 - g. Satuan Polisi Pamong Praja selaku Anggota Tim bertugas membantu kelancaran dan pengamanan serta melakukan penertiban atas penyelenggaraan yang tidak sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.
- (3) Tim Reklame melakukan rapat koordinasi sesuai dengan kebutuhan serta melakukan peninjauan lokasi bagi penyelenggaraan Bangunan Reklame.

BAB XI
PENGAWASAN

Pasal 30

- (1) Pengawasan atas Bangunan Reklame dan Penayangan Reklame dilakukan oleh Walikota.
- (2) Walikota melimpahkan kewenangan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 (satu) pada Tim yang ditunjuk dengan Keputusan Walikota.

BAB XII
SANKSI ADMINISTRASI

Pasal 31

- (1) Izin penyelenggaraan Bangunan Reklame dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi apabila:
 - a. pada bangunan reklame yang bersangkutan terdapat perubahan jenis, ukuran, ketinggian, titik koordinat dan konstruksi sehingga tidak sesuai dengan izin yang diberikan sesuai dengan hasil pengawasan yang telah dilakukan masing-masing dinas;
 - b. melanggar ketentuan-ketentuan penyelenggaraan Bangunan Reklame yang berlaku yang dibuktikan dengan hasil pemeriksaan lapangan berdasarkan pengawasan dari instansi terkait;
- (2) Sebelum pencabutan izin sebagaimana dimaksud pada ayat 1 (satu) instansi pemberi izin, terlebih dahulu memberikan Surat Peringatan kepada penyelenggara Bangunan Reklame.
- (3) Dalam jangka waktu paling lambat 3 (tiga) hari sejak tanggal diterimanya surat peringatan sebagaimana dimaksud pada ayat 2 (dua), penyelenggara Bangunan Reklame wajib menyesuaikan dengan ketentuan yang berlaku;
- (4) Apabila jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat 3 (tiga) berakhir maka, instansi pemberi izin dapat melakukan pencabutan izin penyelenggaraan Bangunan Reklame.
- (5) Pembongkaran Bangunan Reklame dilakukan oleh Tim bersama Satuan Polisi Pamong Praja paling lama 5 (lima) hari setelah izin dicabut dan penyelenggara tidak melakukan pembongkaran sendiri.
- (6) Hasil bongkaran Bangunan Reklame harus sudah diambil oleh penyelenggara Bangunan Reklame paling lambat 3 x 24 jam sejak tanggal pembongkaran dengan menunjukkan bukti-bukti kepemilikan yang sah.
- (7) Apabila batas waktu sebagaimana dimaksud pada ayat 7 (tujuh) telah terlampaui, maka hasil bongkaran Bangunan Reklame tersebut menjadi milik Pemerintah Daerah.
- (8) Terhadap reklame yang sedang tayang dan tidak mempunyai izin tayang, Tim Pengawas akan memberikan Surat Peringatan, dan apabila dalam jangka waktu 3 (tiga) hari pihak penyelenggara reklame tidak melakukan pengurusan izin tayang, maka Tim Pengawas akan melakukan penurunan objek reklame tersebut .

BAB XIII
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 32

- (1) Bangunan Reklame yang telah ada sebelum berlakunya Peraturan Walikota ini, wajib menyesuaikan dengan ketentuan yang tercantum dalam peraturan ini.
- (2) Jembatan Penyeberangan Orang yang telah ada sebelum berlakunya Peraturan Walikota ini, wajib menyesuaikan dengan ketentuan yang tercantum dalam peraturan ini.
- (3) Bangunan Reklame, Reklame yang dalam proses pengurusan saat berlakunya Peraturan Walikota ini, wajib dilakukan penyesuaian menurut ketentuan dalam Peraturan ini.

- (4) Izin penyelenggaraan pemasangan reklame yang masih berlaku pada saat Perwako ini diundangkan, kepada izin tersebut diberikan kompensasi berupa pengalihan lokasi sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam peraturan ini, selama masa sisa tayang reklame, atau dapat mengajukan restitusi terhadap sisa pajak reklame yang telah dibayarkan.
- (5) Dengan diberlakukannya Peraturan ini, maka Peraturan Walikota Nomor 72 Tahun 2011, dicabut dan dinyatakan tidak diberlakukan lagi.

BAB XIV
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 33

Peraturan Walikota Pekanbaru ini berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan Pengundangan Peraturan Walikota Pekanbaru ini dengan Penempatannya dalam Lembaran Berita Daerah Kota Pekanbaru.

Ditetapkan di Pekanbaru
pada tanggal

WALIKOTA PEKANBARU,

FIRDAUS

Diundangkan di Pekanbaru
pada tanggal

Plt. SEKRETARIS DAERAH KOTA PEKANBARU,

Drs. H. YUZAMRI YAKUB, M.Pd.
Pembina Utama Madya
NIP. 19530403 197402 1001

BERITA DAERAH KOTA PEKANBARU TAHUN 2013 NOMOR

LAMPIRAN 8 : PERATURAN WALIKOTA PEKANBARU

Nomor : Tahun 2013

Tanggal : -

TATA CARA PENGHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

I. PENGENAAN PAJAK REKLAME

Pajak Reklame dikenakan atas Reklame Tetap dan Reklame Insidental.

Yang dimaksud dengan Reklame Tetap adalah reklame yang masa izinnnya berdasarkan tahun kalender dan berlaku paling lama hanya 1 tahun kalender, terdiri dari:

- 1) **Megatron/ Videotron/ LED** adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar maupun tidak dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- 2) **Billboard/ Papan** adalah reklame yang terbuat dari bahan lempengan logam atau bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, pohon, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar. Reklame billboard/ Papan dibagi atas:
 1. **Tiang dengan penerangan** yaitu reklame billboard yang mempunyai tiang/ konstruksi vertikal/ kolom baik yang pangkalnya dapat tertanam atau tertempel pada tanah atau diatas bangunan baik bersinar maupun yang disinari.
 2. **Tiang tanpa penerangan** adalah reklame billboard yang menggunakan tiang/ konstruksi vertikal baik yang pangkalnya dapat tertanam atau tertempel pada tanah atau diatas bangunan dan tidak bersinar atau disinari.
 3. **Menempel dengan penerangan** adalah reklame billboard yang tidak menggunakan tiang/ konstruksi vertikal/ kolom tetapi hanya berupa bidang papan atau bahan lainnya yang berkonstruksi rangka maupun tidak dan menempel, menggantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon dan lainnya dengan disinari atau bersinar.
 4. **Menempel tanpa penerangan** adalah reklame billboard yang tidak menggunakan tiang/ konstruksi vertikal/ kolom tetapi hanya berupa bidang papan atau bahan lainnya yang berkonstruksi rangka maupun tidak dengan posisi menempel, menggantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon dan lainnya tanpa disinari atau bersinar.
- 3) **Berjalan/ Kendaraan** adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- 4) **Mural** adalah reklame yang dicat atau diterapkan langsung pada dinding, atap atau permukaan permanen besar lainnya yang mengikuti bentuk dasar dari bidang yang ditempatinya.

Yang dimaksud dengan Reklame Insidental adalah reklame yang masa izinnnya tidak berdasarkan tahun kalender, yaitu:

- 1) **Baliho** adalah reklame yang terbuat dari bahan lempengan logam, kain, papan kayu atau bahan lain yang sejenis dipasang atau dibuat pada

bangunan tembok, dinding, pagar, pohon, tiang yang sifatnya tidak permanen.

- 2) **Kain/ Spanduk/ Umbul-Umbul/ Banner/ Tenda/ Flag Chain/ Coyar dan sejenisnya** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- 3) **Selebaran/ Brosur/ Leaflet** adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, digantungkan pada suatu benda lain.
- 4) **Stiker/ Melekat** 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 cm² per-lembar.
- 5) **Film/ Slide** 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 didalam ruangan yang dibedakan menjadi dua yaitu:
 1. Dengan suara;
 2. Tanpa suara.
- 6) **Udara** adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
- 7) **Suara** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
- 8) **Peragaan** adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan satu barang dengan atau tanpa disertai suara yang terbagi menjadi dua yaitu:
 1. Diluar ruangan yang bersifat permanen;
 2. Bersifat tidak permanen.

II. DASAR PENGENAAN PAJAK

Besarnya Pajak Reklame dihitung dengan cara mengalihkan Tarif Pajak sebesar 25 % (dua puluh lima persen) dengan Dasar Pengenaan Pajak.

Dasar Pengenaan Pajak adalah Nilai Sewa Reklame yang dihitung dengan menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak Reklame dan Nilai Strategis Lokasi Reklame.

III. NILAI SEWA REKLAME

Nilai Sewa Reklame ditetapkan masing-masing berdasarkan:

- 1) Nilai Jual Objek Pajak Reklame merupakan keseluruhan pembayaran/ pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/ harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diizinkan.

- 2) Nilai Strategis Lokasi Reklame merupakan ukuran nilai yang ditetapkan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu lokasi, sudut pandangan, ketinggian reklame, pemanfaatan ruang dan berbagai aspek kegiatan kota.

Cara menghitung Nilai Sewa Reklame adalah sebagai berikut:

$$\begin{array}{rcl}
 \boxed{\text{NILAI SEWA REKLAME}} & = & \boxed{\text{NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME}} + \boxed{\text{NILAI STRATEGIS PENYELENGGARAAN REKLAME}} \\
 & & \\
 & = & \boxed{\text{LUAS BIDANG REKLAME}} + \boxed{\text{LOKASI}} \\
 & & \boxed{\text{KETINGGIAN}} + \boxed{\text{SUDUT PANDANG}} \\
 & & \boxed{\text{KETINGGIAN}}
 \end{array}$$

IV. NILAI STRATEGIS LOKASI REKLAME

Nilai Strategis Lokasi Reklame untuk Reklame Tetap terdiri dari 3 Faktor, yaitu:

A. Lokasi dibagi menjadi 4 Kategori, yaitu:

1. Kelas I:
Jalan Protokol/ Jalan Utama dan jalan di sepanjang Kawasan Perdagangan
2. Kelas II:
Jalan Utama dan disepanjang Kawasan Perdagangan
3. Kelas III:
Jalan Penghubung Terdekat menuju ke Jalan Protokol/ Jalan Utama dari jalan menuju Kawasan Perdagangan dan selain jalan di Wilayah Pemukiman/ Perumahan.
4. Kelas IV:
Jalan-jalan yang tidak termasuk Kelas I, Kelas II, Kelas III.
Apabila reklame berada pada 2 kelas lokasi yang berbeda, maka diambil kelas lokasi yang mempunyai bobot penilaian paling tinggi.

B. Sudut Pandang adalah jumlah alur lalu lintas yang memungkinkan masyarakat menangkap pesan dengan jelas dari satu bidang reklame, yang terbagi atas:

1. > dari 4 arah
2. 4 arah
3. 3 arah
4. 2 arah
5. 1 arah

Sudut Pandang juga dapat ditentukan berdasarkan penempatannya diperempatan, pertigaan dan lainnya dalam radius 75 meter.

Apabila reklame berada pada suatu lahan/ lokasi tertentu dimana hanya dapat dilihat oleh individu atau masyarakat yang berkunjung secara khusus ke lokasi tersebut maka sudut pandang untuk reklame tersebut adalah 1 arah.

Untuk reklame Indoor yaitu reklame yang ditempatkan dalam bangunan dengan sasaran penyelenggaraannya (eye catcher) berada dalam bangunan itu sendiri yang merupakan fasilitas/ tempat umum, mempunyai sudut pandang sebanyak 1 arah.

- C. Ketinggian adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah, yang digolongkan berdasarkan:
1. > 15 m
 2. 10 - 14,99 m
 3. 6 - 9,99 m
 4. 3 - 5,99 m
 5. 0 - 2,99 m

Nilai Strategis Lokasi Reklame untuk Reklame Insidentil terdiri dari 1 faktor yaitu Faktor Lokasi, dan dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

- A. Kelas I
- B. Kelas II
- C. Kelas III
- D. Kelas IV

Apabila reklame berada pada 2 jenis kelas jalan maka akan mengambil kelas jalan yang mempunyai bobot penilaian paling tinggi.

Pengenaan Nilai Strategis Lokasi Reklame hanya berlaku pada:

- a. Reklame Baliho; dan
- b. Reklame Kain/ Spanduk/ Umbul-Umbul/ Banner/ Tenda/ Flag Chain/ Cover

V. NILAI JUAL OBJEK PAJAK

- 1) Nilai Jual Objek Pajak untuk Reklame Tetap, terdiri dari 2 faktor, yaitu:
 - a. Luas Bidang yang dihitung dengan cara:
 - a) Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf termasuk corak dan warna spesifik yang merupakan identitas suatu produk berada didalamnya;
 - b) Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai dihitung dari gambar, kalimat atau huruf-huruf, termasuk corak dan warna spesifik yang merupakan identitas suatu produk yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horisontal hingga merupakan empat persegi;
 - c) Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing.
 - d) Untuk reklame 3 dimensi pengukuran luas dilakukan dengan melihat bagian sisi yang dapat ditangkap pesannya dengan jelas lalu diukur sisinya dengan asumsi bahwa sisi tersebut adalah sebuah bidang 2 dimensi.

Luas bidang reklame digolongkan menjadi 4, yaitu:

- 1) $\leq 1 \text{ m}^2$
 - 2) $1,01 \text{ m}^2 - 5 \text{ m}^2$
 - 3) $5,01 \text{ m}^2 - 26 \text{ m}^2$
 - 4) $> 26 \text{ m}^2$
- b. Ketinggian adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah.
- 2) Nilai Jual Objek Pajak untuk Reklame Insidentil dibedakan berdasarkan jenis reklame Insidentil.

VI. CARA PENGHITUNGAN PAJAK REKLAME TETAP

Penghitungan Pajak Reklame mengacu tarif yang terdapat pada Lampiran I Peraturan Walikota ini, yaitu sebagai berikut:

- Langkah 1 : Tentukan Jenis Reklame (Kolom 2 dari Tabel pada Lampiran I Peraturan Walikota ini).
- Langkah 2 : Tentukan Kategori Luas Bidang Reklame (Kolom 4 atau 5, 6 atau 7 dari Tabel Peraturan Walikota ini) untuk menentukan satuan rupiah.
- Langkah 3 : Kalikanlah Luas Reklame dengan satuan rupiah per-meter persegi dari kategori Luas Bidang Reklame.
- Langkah 4 : Kalikanlah ketinggian Reklame dengan satuan rupiah per-meter (Kolom 8).
- Langkah 5 : Jumlahkan hasil Langkah 3 dan Langkah 4 untuk menentukan Nilai Jual Objek Pajak.
- Langkah 6 : Tentukan Lokasi Reklame berdasarkan Kelas Jalan (Kolom 9) untuk menentukan skor (Kolom 10).
- Langkah 7 : Kalikan Bobot Lokasi (50 %) dengan skor (Kolom 10).
- Langkah 8 : Tentukan Sudut Pandang (Kolom 11) untuk menentukan skor (Kolom 12).
- Langkah 9 : Kalikan Bobot Sudut Pandang (25 %) dengan skor (Kolom 12).
- Langkah 10 : Tentukan Ketinggian (Kolom 13) untuk menentukan skor (Kolom 14).
- Langkah 11 : Kalikanlah Bobot Ketinggian (25 %) dengan skor (Kolom 14).
- Langkah 12 : Jumlahkan Hasil Langkah 7 dan Hasil Langkah 9 dan Hasil Langkah 11.
- Langkah 13 : Tentukan satuan Nilai Strategis Lokasi Reklame sesuai dengan Luas Reklame (Lampiran I).
- Langkah 14 : Hasil Langkah 12 dikalikan dengan hasil langkah 12.
- Langkah 15 : Jumlahkan hasil langkah 5 dan langkah 14.
- Langkah 16 : Kalikan hasil langkah 15 dengan tarif Pajak sebesar 25 %.
- Langkah ke-16 merupakan Pajak yang terutang dari Reklame Tetap.

Contoh Penghitungan :

Reklame Billboard bertiang dengan penerangan berada di Lokasi I:

- Lokasi : Jl. Jenderal Sudirman – Depan Purna MTQN
 Ketinggian : 4,5 meter
 Lebar : 2x2 m
 Sudut Pandang : 1 arah

- Langkah 1 : Jenis Reklame Billboard Tiang dengan Penerangan
 Langkah 2 : Luas 4 m² masuk kategori 1,01 m² – 5 m² = Rp. 500.000,-
 Langkah 3 : 4 x Rp. 500.000,- = Rp. 2.000.000,-
 Langkah 4 : 4,5 x Rp. 50.000,- = Rp. 225.000,-
 Langkah 5 : Rp. 2.000.000,- + Rp. 225.000,- = Rp. 2.225.000,-
 Langkah 6 : Lokasi Kelas I skor 10
 Langkah 7 : 50 % x 10 = 5
 Langkah 8 : Sudut Pandang 1 skor 2
 Langkah 9 : 25 % X 2 = 0,5
 Langkah 10 : Ketinggian 4,5 m skor 4
 Langkah 11 : 25 % x 4 = 1
 Langkah 12 : 5 + 0,5 + 1 = 6,5
 Langkah 13 : Bentuk Luas 4 m² kategori nilai strategis 301 – 10 m² = Rp. 250.000,-
 Langkah 14 : 5 x Rp. 250.000,- = Rp. 1.625.000,-
 Langkah 15 : Rp. 2.225.000,- + Rp. 1.625.000,- = Rp. 3.850.000,-
 Langkah 16 : Pajak Terutang dari Reklame tetap diatas = Rp. 3.850.000,- x 25 % = Rp. 962.500,-

VII. CARA PENGHITUNGAN PAJAK REKLAME INSIDENTIL

Penghitungan Pajak Reklame Insidentil mengacu kepada Lampiran II Peraturan Walikota ini, sebagai berikut:

- Langkah 1 : Tentukan Jenis Reklame (Kolom 2 dari Tabel pada Lampiran II Keputusan ini).
- Langkah 2 : Kalikan Luas atau Jumlah Lembar atau Jumlah Waktu dengan satuan Rupiah Per-Meter Persegi.
- Langkah 3 : Hasil dari Langkah 2 dikalikan dengan lamanya masa pajak.
- Langkah 4 : Tentukan Lokasi Reklame berdasarkan Lokasi Kelas (Kolom 6 atau 7 atau 8 atau 9) untuk menentukan satuan Rupiah (khusus Reklame Baliho, dan Reklame Kain/ Spanduk/ Umbul-Umbul/ Banner/ Tenda/ Flag Chain/ Cover).
- Langkah 5 : Kalikan Luas dengan satuan Rupiah Lokasi Kelas (khusus Reklame Baliho, dan Reklame Kain/ Spanduk/ Umbul-Umbul/ Banner/ Tenda/ Flag Chain/ Cover).
- Langkah 6 : Kalikan hasil dari Langkah 5 dengan lamanya masa pajak.
- Langkah 7 : Jumlahkan hasil Langkah ke-3 dengan hasil Langkah ke-5 (bila ada karena hanya untuk Reklame Baliho dan Reklame Kain/ Spanduk/ Umbul-Umbul/ Banner/ Tenda/ Flag Chain/ Cover).
- Langkah 8 : Hasil Langkah ke-7 dikalikan dengan tarif pajak sebesar 25 %. Hasil Langkah ke-8 merupakan Pajak Terutang dari Reklame Insidentil.

Contoh Penghitungan :

Reklame Baliho berada di Lokasi Kelas I

Lokasi : Jl. Jenderal Sudirman – Jembatan Timbangan

Ukuran : 4 x 5 m

Lama Pemasangan : 30 hari

- Langkah 1 : Jenis Reklame Baliho
- Langkah 2 : $20 \text{ m}^2 \times \text{Rp. } 15.000,- = \text{Rp. } 300.000,-$
- Langkah 3 : $\text{Rp. } 300.000,- \times 30 \text{ hr} = \text{Rp. } 9.000.000,-$
- Langkah 4 : Lokasi Kelas I
- Langkah 5 : $20 \text{ m}^2 \times \text{Rp. } 15.000,- = \text{Rp. } 300.000,-$
- Langkah 6 : $\text{Rp. } 300.000,- \times 30 \text{ hr} = \text{Rp. } 9.000.000,-$
- Langkah 7 : $\text{Rp. } 9.000.000,- + \text{Rp. } 9.000.000,- = \text{Rp. } 18.000.000,-$
- Langkah 8 : Pajak yang terutang 25 % x Rp. 18.000.000,- = Rp. 4.500.000,-

Ditetapkan di Pekanbaru
pada tanggal 18 Februari 2013

**WALIKOTA PEKANBARU,
TTD**

FIRDAUS

Diundangkan di Pekanbaru
pada tanggal

Plt. SEKRETARIS DAERAH KOTA PEKANBARU,

TTD

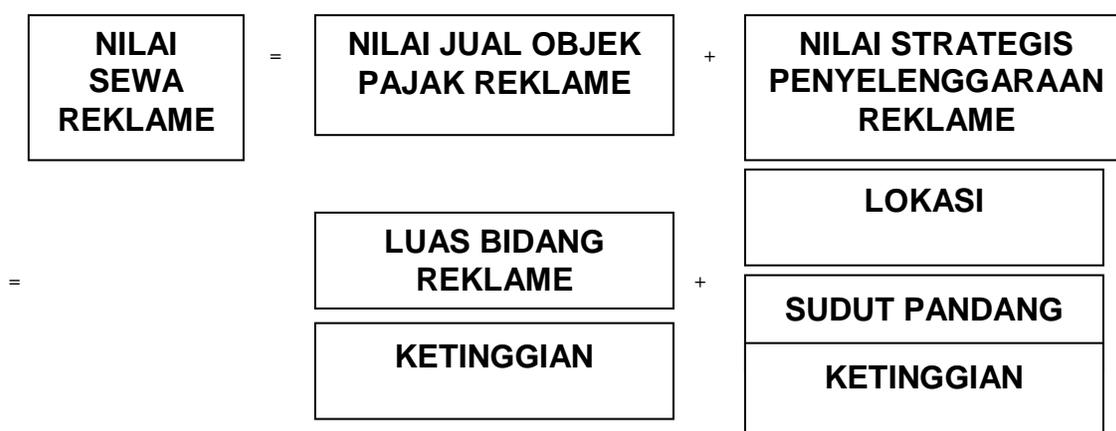
Drs. H. YUZAMRI YAKUB, M.Pd.
Pembina Utama Madya
NIP. 19530403 197402 1001

LAMPIRAN 9 : PERATURAN WALIKOTA PEKANBARU
NOMOR :
TANGGAL :

PENJELASAN PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

1. NILAI SEWA REKLAME

Cara menghitung nilai sewa reklame adalah sebagai berikut:

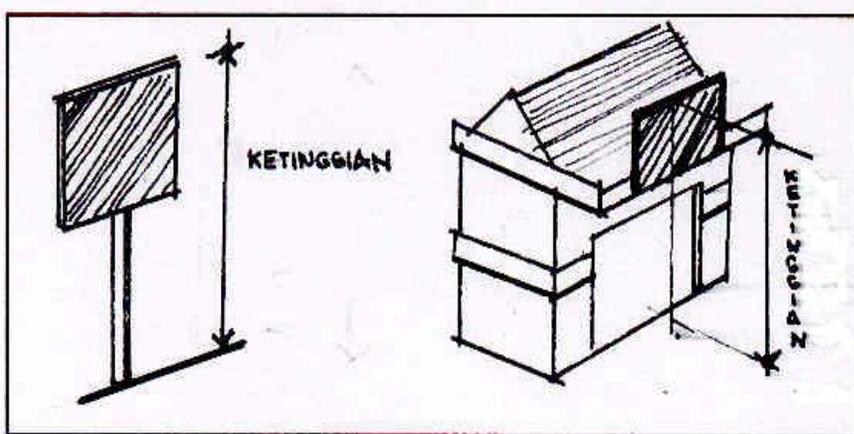


2. NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

Komponen penentu besaran nilai jual objek pajak reklame adalah luas bidang reklame dan ketinggian reklame.

Luas bidang reklame adalah nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame. Luas bidang reklame terbagi atas delapan kelompok dan hasil penghitungannya dinyatakan dalam ukuran meter persegi.

Ketinggian reklame adalah jarak antar ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata dan dinyatakan dalam ukuran meter. Cara pengukuran ketinggian reklame diilustrasikan sebagaimana gambar berikut:



Reklame dalam ruang yang terletak di lantai dua suatu gedung, pengukuran ketinggian dimulai dari lantai dua sampai dengan ambang teratas reklame, bukan dari lantai dasar (ground floor).

3. NILAI STRATEGIS PENYELENGGARAAN REKLAME

Komponen penentu besaran nilai strategis penyelenggaraan reklame adalah lokasi, sudut pandang dan ketinggian.

- a. Lokasi adalah titik tempat atau konstruksi dimana reklame diselenggarakan.

Lokasi terbagi atas kelas jalan I, kelas jalan II, kelas jalan III, dalam ruang, berjalan, megatron dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO).

Pembagian klasifikasi kelas jalan dijelaskan dalam Lampiran III Peraturan Walikota ini.

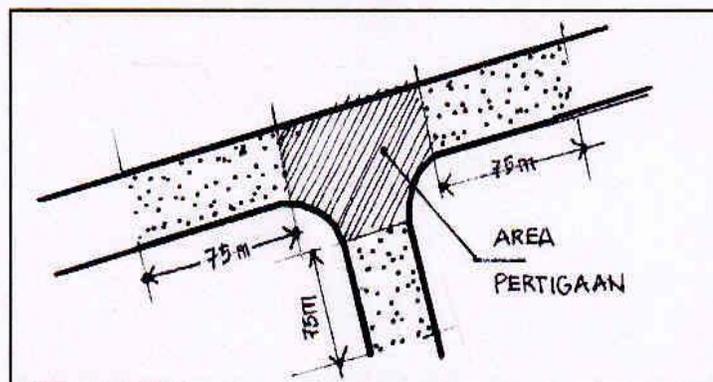
Mengingat tingkat nilai strategis yang berbeda maka penyelenggaraan reklame dalam ruang, reklame berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), skor lokasi dinyatakan secara khusus.

- b. Sudut pandang adalah arah hadap penyelenggaraan reklame atau jumlah arah penyelenggaraan reklame tersebut dapat dipandang. Sudut pandang dibedakan berdasarkan jumlah arah lalu lintas di sekitar lokasi reklame salah satunya dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat dan lainnya.

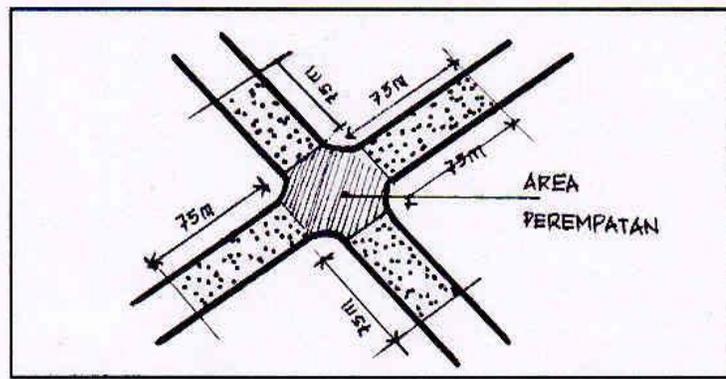
Sudut pandang terbagi atas; > 4 arah, 4 arah, 3 arah, 2 arah, 1 arah, dalam ruang, berjalan, megatron dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO).

Jumlah sudut pandang dikategorikan 1 arah apabila reklame diletakkan disekitar jalan yang jumlah arah atau jalur lalu lintasnya 1 arah.

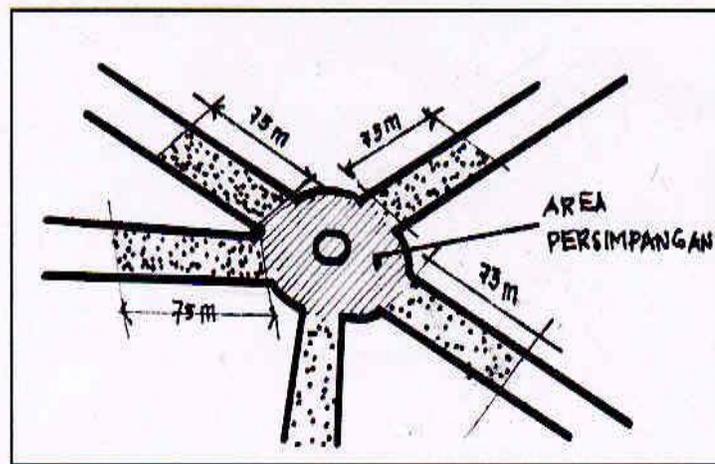
Jumlah sudut pandang dikategorikan 2 arah apabila reklame diletakkan disekitar jalan yang jumlah arah atau jalur lalu lintasnya 2 arah atau reklame yang berada pada pertigaan atau simpang tiga. Batas area pertigaan adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



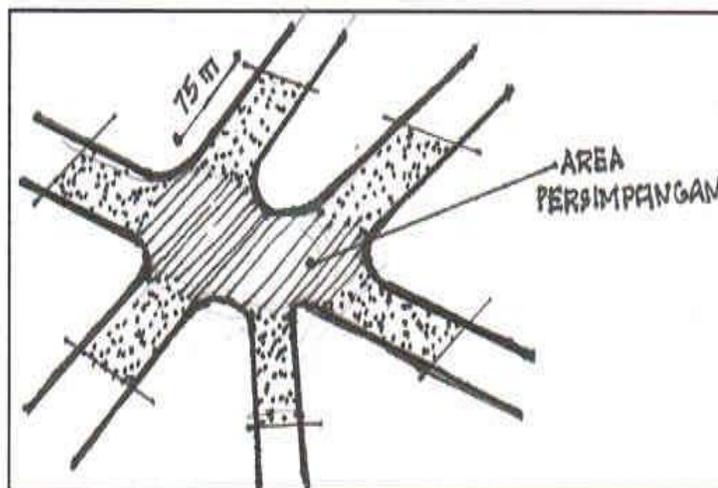
Jumlah sudut pandang dikategorikan 3 arah apabila reklame berada dalam area perempatan atau simpang empat. Batas area perempatan adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



Jumlah sudut pandang dikategorikan 4 arah apabila reklame berada area perlimaan atau simpang lima. Batas area perlimaan adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



Jumlah sudut pandang dikatakan lebih besar dari 4 arah (> 4 arah) apabila reklame berada dalam area persimpangan jalan yang lebih dari 5 persimpangan. Batas area perlimaan atau lebih adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



Mengingat tingkat nilai strategis yang berbeda maka penyelenggaraan reklame dalam ruang, reklame berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), skor sudut pandang dinyatakan secara khusus.

- c. Ketinggian reklame adalah jarak antar ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata dan dinyatakan dalam ukuran meter. Nilai strategis ketinggian reklame terbagi atas: > 15 meter, 10 – 14,99 meter, 6 – 9,99 meter, 3 – 5,99 meter, 0 – 2,99 meter, dalam ruang, berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan penyeberangan orang (JPO).

Mengingat tingkat nilai strategis yang berbeda maka penyelenggaraan reklame dalam ruang, reklame berjalan, reklame megatron dan reklame pada Jembatan penyeberangan orang (JPO), skor ketinggian dinyatakan secara khusus.

Ditetapkan di Pekanbaru
pada tanggal 18 Februari 2013
WALIKOTA PEKANBARU,

TTD

FIRDAUS

Diundangkan di Pekanbaru
pada tanggal

Plt. SEKRETARIS DAERAH KOTA PEKANBARU,

TTD

Drs. H. YUZAMRI YAKUB, M.Pd.
Pembina Utama Madya
NIP. 19530403 197402 1001

BERITA DAERAH KOTA PEKANBARU TAHUN 2013 NOMOR