



**PUSAT PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN  
KLINIK HUKUM 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA**  
FAKULTAS HUKUM - UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA  
JALAN IR. H. JUANDA No. 80 SAMARINDA. EMAIL : Puslitbang17agustus@gmail.com

---

# **NASKAH AKADEMIK**

## **Tentang PENYELENGGARAAN REKLAME**

**Disusun Oleh :**

**Dr. Mia Kusuma Fitriana, SH.,M.Hum**

**Dr. Isnawati, SH.,M.H**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA  
2023**

**PUSAT PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN  
KLINIK HUKUM 17 AGUSTUS 1945 SAMARINDA**

**NASKAH AKADEMIK**

**PENULIS**

1. **Dr. Mia Kusuma Fitriana, SH.,M.Hum** :



2. **Dr. Isnawati, SH.,M.H.** :



## **Daftar Isi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Naskah Akademik.....	4
D. Metode.....	4
1. Metode Pendekatan.....	5
2. Jenis Sumber Data.....	6
3. Teknik Pengumpulan Data.....	6
4. Teknik Analisa Data.....	7

### **BAB II KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS**

A. Kajian Teoritis.....	8
1. Teori Kepastian Hukum.....	10
2. Teori Otonomi Daerah.....	10
3. Kajian Tentang Pemerintah Daerah.....	12
4. Ruang Lingkup Produk Hukum Daerah.....	15
5. Konsep Good Financial Governance.....	17
6. Reklame.....	19
7. Penataan Ruang/Tata Ruang Kota.....	28
B. KAJIAN TERHADAP PRAKTIK KEWENANGAN DAERAH TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME, KONDISI YANG ADA SERTA PERMASALAHAN YANG DI HADAPI.....	34
C. KAJIAN TERHADAP IMPLIKASI SYSTEM BARU YANG AKAN DIATUR TERHADAP ASPEK KEHIDUPAN BERMASYARAKAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP BEBAN KEUANGAN DAERAH.....	40

### **BAB III EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT**

**BAB IV LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS**

A. Landasan Filosofis	51
B. Landasan Sosiologis.....	53
C. Landasan Yuridis.....	55

**BAB V JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN**

**RUANG LINGKUP MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH**

A. Jangkauan dan Arah Pengaturan.....	61
B. Materi dan Ruang Lingkup.....	63

**BAB IV PENUTUP**

A. Simpulan.....	70
B. Saran.....	71

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam rangka menyesuaikan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang mengamankan dilakukannya penyesuaian berbagai aspek pengaturan yang berkaitan dengan peningkatan ekosistem investasi, kemudahan dan percepatan proyek strategis nasional yang berorientasi pada kepentingan nasional yang berlandaskan pada ilmu pengetahuan dan teknologi nasional dengan berpedoman pada haluan ideologi Pancasila, maka keberadaan reklame di kabupaten Paser juga perlu dilakukan penataan.

Pada dasarnya, reklame dibuat untuk memberikan informasi yang menarik dan mengajak banyak orang untuk mampu melakukan apa yang sudah diinformasikan pada reklame tersebut. Reklame memiliki banyak sekali fungsi dalam dunia bisnis, yaitu:

- a. membujuk atau mengajak calon konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli produk yang sudah diinformasikan;
- b. memberikan informasi yang jelas dan singkat pada calon konsumen terkait produk barang atau jasa yang dipromosikan;
- c. memberikan kesan baik pada konsumen pada suatu brand, produk barang atau jasa sesuai dengan yang diinformasikan;
- d. memberikan rasa puas pada konsumen pada produk atau jasa yang sudah diinformasikan; dan

- e. sebagai media komunikasi antar para penjual dan juga konsumen.
  - a. Sedangkan fungsi reklame pada suatu gerakan sosial adalah
  - b. mengajak masyarakat untuk mau menuruti dan mengikuti aturan ataupun peringatan sesuai himbauan; dan
  - c. meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya, peringatan, kejadian, atau informasi penting lainnya yang memang harus dimengerti. Salah satu contohnya adalah spanduk terkait larangan membuang sampah, menjaga keamanan lingkungan.

Walaupun penyelenggaraan reklame menghasilkan pendapatan daerah yang berpotensi tinggi, akan tetapi Pemerintah Kabupaten Paser tetap berorientasi bahwa penyelenggara reklame harus memperhatikan estetika daerah, sosial budaya serta tidak bertentangan dengan norma keagamaan, norma kesopanan, norma hukum, norma kesusilaan.

Penataan reklame tersebut bertujuan untuk mewujudkan ketertiban dan keindahan lingkungan, menjamin adanya kepastian hukum dalam penyelenggaraan reklame, dan mengoptimalkan pendapatan asli daerah. Dengan demikian, untuk menata keberadaan reklame di Kabupaten Paser diperlukan adanya pengaturan penyelenggaraan reklame yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Daerah Kabupaten Paser dalam hal ini DPRD Kabupaten Paser berinisiatif untuk melakukan kajian terkait penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Paser. Naskah akademik ini disusun dalam rangka penyusunan rancangan Perda tentang Penataan Reklame di Kabupaten Paser.

Akan tetapi setelah mengkaji dan menganalisa secara lebih mendalam, jika hanya mengatur mengenai penataan, maka pengaturan Perda tersebut akan sangat teknis dan tidak dapat mencakup hal penting lainnya terkait dengan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Paser. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka Naskah Akademik ini diarahkan kepada penyelenggaraan. Dengan demikian, Naskah Akademik ini lebih luas mengatur tidak hanya mengenai penataan, tetapi juga dari perencanaan, pelaksanaan, penataan hingga pembinaan dan pengawasan atau evaluasi. Oleh karena itu, Naskah Akademik ini selanjutnya akan mengkaji tentang Penyelenggaraan Reklame.

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan apa yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Paser dalam pelaksanaan Penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah ini nantinya akan dilakukan identifikasi terhadap pengaturan tentang Penyelenggaraan Reklame, oleh karena itu rumusan permasalahannya sebagai berikut:

1. Permasalahan apa yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Paser dalam Penyelenggaraan Reklame?
2. Mengapa diperlukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai dasar pemecahan masalah ?
3. Apa yang menjadi pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis dan yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame ?

4. Apa sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan dan arah pengaturan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame ?

### **C. TUJUAN DAN KEGUNAAN NASKAH AKADEMIK**

Tujuan dari disusunnya Naskah Akademik ini adalah:

1. Merumuskan permasalahan yang dihadapi dalam penyusunan atau penetapan Rancangan Perda tentang Penyelenggaraan Reklame serta cara mengatasi permasalahan tersebut.
2. Merumuskan permasalahan hukum yang dihadapi sebagai alasan pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame.
3. Merumuskan pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame.
4. Merumuskan sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup, pengaturan, jangkauan, dan arah pengaturan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame.

Adapun kegunaan dari Naskah Akademik ini adalah sebagai acuan atau referensi penyusunan dan pembahasan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame.

### **D. METODE**

Penyusunan Naskah Akademis pada dasarnya merupakan suatu kegiatan penelitian, sehingga kegiatan penelitian dimaksud dilakukan dengan



menggunakan metode penelitian tertentu yang berbasis pada metode penelitian hukum.

### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam menyusun Naskah akademik ini adalah metode yuridis normatif. Metode yuridis normatif dilakukan melalui studi pustaka yang menelaah (terutama) data sekunder yang berupa peraturan perundang-undangan, dokumen hukum lainnya, hasil penelitian, hasil kajian atau referensi lainnya. Metode yuridis normatif ini juga dilengkapi dengan wawancara, dan rapat dengar pendapat dengan langkah-langkah strategis yang meliputi:

- a. menganalisis berbagai Peraturan Perundang-undangan (tinjauan legislasi) yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Reklame;
- b. melakukan tinjauan akademis melalui diskusi dan melaksanakan pertemuan-pertemuan untuk mendapatkan masukan dari masyarakat dan pejabat terkait;
- c. merumuskan dan mengkaji persoalan krusial dalam menyusun Rancangan Peraturan Daerah sehingga memperoleh kesepakatan diantara stakeholder yang kepentingannya terkait dengan substansi Pengaturan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Paser tentang Penyelenggaraan Reklame;
- d. melakukan sosialisasi dalam rangka untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya peraturan mengenai Penyelenggaraan Reklame;

- e. menganalisa informasi dan aspirasi yang berkembang dari berbagai instansi/lembaga terkait dan tinjauan teknis/ dan seluruh pihak yang berkepentingan dengan Penyelenggaraan Reklame;
- f. merumuskan dan menyusun dalam bentuk diskriptif analisis serta menuangkannya dalam Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Paser tentang Penyelenggaraan Reklame.

## **2. Jenis dan Sumber Data**

Sebagaimana dikemukakan bahwa pendekatan penelitian ini adalah yuridis normatif maka data utama yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang berhubungan dengan masalah Penelitian.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam Penelitian ini, tehnik pengumpulan data dilakukan 3 (tiga) cara yaitu sebagai berikut:

### **1. Studi Kepustakaan,**

Studi Kepustakaan yaitu suatu bentuk pengumpulan data dengan cara membaca buku literatur, penelitian terdahulu, dan membaca dokumen, peraturan perundang-undangan, Peraturan Daerah Kabupaten Paser yang berhubungan dengan obyek penelitian.

### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih

bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses pengumpulan dan pengolahan data dalam kelola data kedalam pola, kategori, satuan uraian dasar sehingga dengan analisis data akan menguraikan dan memecahkan masalah yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan tehnik analisis kualitatif.

Dalam menggunakan analisis kualitatif, maka interpretasi terhadap apa yang ditentukan dan dirumuskan kesimpulan akhir menggunakan logika atau penalaran sistematika.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

#### A. KAJIAN TEORITIS

##### 1. Teori Kepastian Hukum

Dalam pembentukan aturan hukum, terbangun asas yang utama agar tercipta suatu kejelasan terhadap peraturan hukum, asas tersebut ialah kepastian hukum. Gagasan mengenai asas kepastian hukum ini awalnya diperkenalkan oleh Gustav Radbruch dalam Bukunya yang berjudul “*einführung in die rechtswissenschaften*”. Radbruch menuliskan bahwa <sup>1</sup>di dalam hukum terdapat 3 (tiga) nilai dasar, yakni: (1) Keadilan (*Gerechtigkeit*); (2) Kemanfaatan (*Zweckmassigkeit*); dan (3) Kepastian Hukum (*Rechtssicherheit*).<sup>1</sup>

Asas kepastian hukum, sejatinya keberadaan asas ini dimaknai sebagai suatu keadaan dimana telah pastinya hukum karena adanya kekuatan yang konkret bagi hukum yang bersangkutan. Keberadaan asas kepastian hukum merupakan sebuah bentuk perlindungan bagi yustisiabel (pencari keadilan) terhadap tindakan sewenang- wenang, yang berarti bahwa seseorang akan dan dapat memperoleh sesuatu yang diharapkan dalam keadaan tertentu. Pernyataan tersebut sejalan dengan apa yang

---

<sup>1</sup> Mario Julyano dan Aditya Yuli Sulistyawan, Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum, Jurnal Crepido, Volume 01, Nomor 01, Juli 2019, hlm. 14.

dikatakan oleh Van Apeldoorn bahwa kepastian hukum memiliki dua segi, yaitu dapat ditentukannya hukum dalam hal yang konkret dan keamanan hukum. Hal memiliki arti bahwa pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui apa yang menjadi hukum dalam suatu hal tertentu sebelum ia memulai perkara dan perlindungan bagi para pencari keadilan.<sup>2</sup>

Hukum bertugas menciptakan kepastian hukum karena bertujuan untuk menciptakan ketertiban dalam masyarakat. Kepastian hukum merupakan ciri yang tidak dapat dipisahkan dari hukum terutama untuk noma hukum tertulis. Menurut Fence M. Wantu, “hukum tanpa nilai kepastian hukum akan kehilangan makna karena tidak lagi dapat dijadikan pedoman perilaku bagi semua orang”. Kepastian hukum diartikan sebagai kejelasan norma sehingga dapat dijadikan pedoman bagi masyarakat yang dikenakan peraturan ini. Pengertian kepastian tersebut dapat dimaknai bahwa ada kejelasan dan ketegasan terhadap berlakunya hukum di dalam masyarakat. Hal agar tidak menimbulkan banyak salah tafsir.<sup>3</sup>

Menurut Van Apeldoorn, “kepastian hukum dapat juga berarti hal yang dapat ditentukan oleh hukum dalam hal-hal yang konkret”. Kepastian hukum adalah jaminan bahwa hukum dijalankan, bahwa yang berhak menurut hukum dapat memperoleh haknya dan bahwa putusan

---

<sup>2</sup> *Ibid*

<sup>3</sup> R. Tony Prayogo, Penerapan Asas Kepastian Hukum Dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Hak Uji Materiil Dan Dalam Peraturan Mahkamah Konstitusi Nomor 06/PMK/2005 tentang Pedoman Beracara Dalam Pengujian Undang-Undang, Jurnal Legislasi Indonesia, Vol. 13 NO. 02 - Juni 2016, hlm. 194.

dapat dilaksanakan. Kepastian hukum merupakan perlindungan yustisiabel terhadap tindakan sewenang-wenang yang berarti bahwa seseorang akan dapat memperoleh sesuatu yang diharapkan dalam keadaan tertentu.<sup>4</sup>

Teori kepastian hukum ini diperlukan dalam rangka untuk mengisi kekosongan hukum dan menjembatani adanya perbedaan penafsiran antara eksekutif dan legislatif dalam rangka penyusunan regulasi mengenai penyelenggaraan reklame di Kabupaten Paser.

## **2. Teori Otonomi Daerah**

Makna otonomi daerah sendiri dalam konteks politik hukum merupakan hak rakyat di daerah untuk mengurus kepentingan daerahnya sendiri. Dalam konteks ketatanegaraan otonomi daerah merupakan perubahan radikal dan mendasar bagi seluruh bangsa Indonesia.<sup>5</sup>

Otonomi daerah sebagai suatu skema politik baru yang membawa harapan tersendiri bagi masyarakat dan daerah, antara lain menjadi wahana pemberdayaan rakyat, mendekatkan pemerintah dengan rakyat, sehingga gerak program pemerintah dapat mengakomodasikan aspirasi dan kepentingan masyarakat.<sup>6</sup>

Secara umum dapat juga dikatakan bahwa otonomi daerah merupakan suatu perwujudan penyerahan dan pelimpahan wewenang

---

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Subadi, 2008, Hak Menguasai Negara Atas Tanah Untuk Sebesar Besarnya Kemakmuran Rakyat (Studi Penguasaan dan Pendayagunaan Tanah Kawasan Hutan di Jawa), Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Brwijaya, Malang, hlm. 34.

<sup>6</sup> *Ibid* hlm. 36.

dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengurus urusan pemerintahan secara mandiri, yang dalam hal ini tentu saja urusan pemerintahan yang dilimpahkan tersebut secara limitatif ditentukan oleh undang-undang.<sup>7</sup>

Otonomi daerah pada dasarnya merupakan sebuah wacana mengenai salah satu aspek hubungan pusat dan daerah dalam kerangka “*areal division of powers*“ di negara kesatuan atau dalam negara federal.<sup>8</sup> Terkait dalam wacana tersebut adalah tentang apa yang disebut sebagai sentralisasi dan desentralisasi dalam organisasi negara bangsa (*Nation State*).<sup>9</sup>

Upaya untuk melaksanakan Otonomi Daerah merupakan tekad bersama dari Pemerintah Pusat dan Daerah yang harus dilakukan dengan seksama, hati-hati agar dapat mencapai hasil yang maksimal dalam melaksanakan otonomi itu sendiri.<sup>10</sup>

Otonomi daerah berpusat pada pada konsepsi tentang kewenangan daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dan masing-masing daerah. Artinya, dalam era otonomi daerah sekarang ini, pemerintah daerah memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap

---

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm.37

<sup>8</sup> Bhenyamin Hoesein, 2001, Pembagian Kewenangan Antara Pusat dan Daerah, Artikel Pusat Pengembangan Otonomi Daerah, Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya, Malang, hlm. 1.

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> Subadi, *Op.cit.*, hlm. 41.

pembangunan di daerahnya, terutama menyangkut kepentingan masyarakat daerah.

Sebagai konsekuensi dari hak mengatur dan mengurus rumah tangga atas inisiatif sendiri, maka kepada Pemerintah Lokal (daerah) yang berhak mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri perlu dilengkapi dengan alat perlengkapan daerah yang dapat mengeluarkan peraturan-peraturannya, yakni dalam bentuk produk hukum daerah.

Salah satu bentuk dari produk hukum daerah adalah peraturan daerah (Perda), keberadaan Perda merupakan *conditio sine quanon* (syarat absolut/syarat mutlak) dalam rangka melaksanakan kewenangan otonomi tersebut. Perda harus dijadikan pedoman bagi Pemerintah Daerah dalam melaksanakan urusan-urusan di daerah. Disamping itu Perda juga harus dapat memberikan perlindungan hukum bagi rakyat di daerah.<sup>11</sup>

### **3. Kajian Tentang Pemerintah Daerah**

Burkhart krems, menyatakan bahwa pembentukan peraturan- perundang-undangan (*staatlitche Rechtssetzung*) meliputi dua hal pokok yaitu kegiatan menentukan isi peraturan (*inhalt der regeling*) di satu pihak, dan kegiatan yang

---

<sup>11</sup> Suko Wiyono, 2006, Otonomi Daerah Dalam Negara Hukum Indonesia, Pembentukan Peraturan Daerah Partisipatif, Faza Media, Jakarta, hlm. 123.



menyangkut pemenuhan bentuk peraturan perundang-undangan merupakan kegiatan interdisipliner.<sup>12</sup>

T. Koopman menyatakan fungsi pembentukan perundang-undangan itu semakin terasa diperlukan kehadirannya, karena atas hukum modern (*verzorningsstaat*) didalam negara yang berdasarkan atas hukum.<sup>13</sup> Tujuan utama pembentukan undang-undang bukan lagi menciptakan kodifikasi bagi nilai-nilai dan norma-norma kehidupan yang sudah mengendap dalam masyarakat melainkan menciptakan modifikasi atau perubahan dalam kehidupan masyarakat.

Pemerintah daerah mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah menurut asas ekonomi dan tugas perbantuan. Hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 18, 18A, 18B Undang-undang Dasar 1945. Selengkapnya bunyi-bunyi pasal tersebut sebagai berikut:

#### *Pasal 18*

- (1) Negara Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi itu dibagi atas daerah kabupaten dan kota yang mempunyai pemerintahan daerah, yang diatur oleh undang-undang.*
- (2) Pemerintah daerah provinsi, daerah kabupaten dan kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan.*
- (3) Pemerintah daerah provinsi, daerah kabupaten dan kota memiliki Dewan perwakilan Rakyat Daerah yang dipilih melalui pemilihan umum.*
- (4) Gubernur, bupati dan walikota masing-masing sebagai kepala daerah provinsi, kabupaten dan kota dipilih secara demokratis.*
- (5) Pemerintah daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintah yang oleh undang-undang ditentukan sebagai urusan pemerintah pusat.*

---

<sup>12</sup> A. Hamid S. Attamimi, 1990, Peranan Keputusan Presiden Republik Indonesia dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Negara, [Disertasi], Universitas Indonesia, hlm. 317

<sup>13</sup> Mahendra Putra Kurnia dkk, 2007, Perdoman Naskah Akademik Perda Partisipatif, Kreasi Total, Media, Yogyakarta. hlm. 5

- (6) *Pemerintah daerah berhak menentukan menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan.*
- (7) *Susunan dan tata cara penyelenggaraan pemerintah daerah diatur dalam undang-undang.*

*Pasal 18 A*

- (1) *Hubungan wewenang antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah provinsi, kabupaten dan kota, atau antara provinsi, kabupaten dan kota diatur dengan undang-undang dengan mempertahankan kekhususan dan keragaman daerah.*
- (2) *Hubungan keuangan dan pelayanan umum, pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya lainnya antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah diatur dan dilaksanakan secara adil dan selaras berdasarkan undang-undang.*

*Pasal 18 B*

- (1) *Negara mengakui dan menghormati satuan-satuan pemerintah daerah yang bersifat khusus atau yang bersifat istimewa yang diatur dalam undang-undang.*
- (2) *Negara mengakui dan menghormati kesatuan-kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak-hak tradisionalnya sepanjang masih hidup dan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang diatur dalam undang-undang.*

Daerah sebagai satu kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai otonomi berwenang mengatur dan mengurus daerahnya sendiri sesuai aspirasi dan kepentingan masyarakatnya sepanjang tidak bertentangan dengan tatanan hukum nasional dan kepentingan umum. Dalam rangka memberikan ruang yang lebih luas kepada daerah dalam mengatur dan mengurus kehidupan warganya maka pemerintah pusat dalam membentuk kebijakan harus memperhatikan kearifan lokal dan sebaliknya daerah ketika membentuk kebijakan harus memperhatikan kepentingan nasional.

Dengan demikian akan tercipta keseimbangan antara kepentingan nasional yang sinergis dengan tetap memperhatikan kondisi, kekhasan,

kearifan lokal dalam penyelenggaraan pemerintah secara nasional. Dengan demikian akan tercipta keseimbangan yang sinergis dan tetap memperhatikan kondisi, kekhasan, kearifan lokal dalam penyelenggaraan pemerintahan secara keseluruhan.

#### **4. Ruang Lingkup Produk Hukum Daerah**

Dalam perspektif pembentukan peraturan perundang-undangan, suatu sistem hukum terdiri dari sub-sub sistem yaitu lembaga pembentuk (*Law Making Institutions*), lembaga-lembaga pelaksana (*Implementing Institutions*), dan pihak yang akan terkena atau yang dituju oleh peraturan tersebut (*Rule Occupants*). Sedangkan menurut Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), sistem hukum terdiri dari element-element sebagai berikut:

- i. Materi Hukum (Tatanan hukum) yang didalamnya terdiri dari:
  - a. Perancangan hukum;
  - b. Pembentukan hukum;
  - c. Penelitian hukum; dan
  - d. Pengembangan Hukum.
- ii. Aparatur hukum, yaitu mereka yang memiliki tugas dan fungsi penyuluhan hukum, penerapan hukum, penegakan hukum dan pelayanan hukum;
- iii. Sarana dan Prasarana hukum yang meliputi hal-hal yang bersifat fisik; dan
- iv. Budaya hukum yang dianut oleh warga Masyarakat.

Peraturan Perundang-undangan dalam hierarki ditentukan dalam Pasal 7 ayat (1) Undang-undang Nomor 12 tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, yang menyebutkan bahwa:

- a. Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945;
- b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;
- c. Undang-undang/Peraturan Pemerintah Pengganti undang-undang;
- d. Peraturan Pemerintah;
- e. Peraturan Presiden;
- f. Peraturan Daerah Provinsi; dan
- g. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Dari rumusan Pasal 7 ayat (1) tersebut tampak bahwa, Perda merupakan salah satu jenis peraturan perundang-undangan yang secara hierarkis berada dibawah Peraturan Presiden. Keberadaan Perda ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang ada di atasnya. Karena itu, dalam pembentukan perda sesuai dengan teori Hans Kelsen, supaya mengacu pada peraturan perundang-undangan yang lain di atasnya, sehingga perda tersebut memperoleh landasan legitimasi yuridis, keabsahan dan keefektifan berlakunya. Aktualisasi teori perjenjangan norma hukum tersebut yaitu pada bagian “Mengingat” Raperda. Disitu dicantumkan peraturan perundang-undangan yang dijadikan landasan yuridis formal maupun landasan yuridis material. Peraturan perundang-undangan tersebut tersusun secara hierarkis sesuai dengan jenis, tahun pengundangan, dan nomornya.

## 5. Konsep *Good Financial Governance*

Ada tiga prinsip utama yang mendasari pengelolaan keuangan daerah. Pertama, prinsip transparansi atau keterbukaan. Transparansi di sini memberikan arti bahwa anggota masyarakat memiliki hak dan akses yang sama untuk mengetahui proses anggaran karena menyangkut aspirasi dan kepentingan masyarakat, terutama pemenuhan kebutuhan-kebutuhan hidup masyarakat banyak.

Kedua, prinsip akuntabilitas. Akuntabilitas adalah prinsip pertanggungjawaban publik yang berarti bahwa proses penganggaran mulai dari perencanaan, penyusunan dan pelaksanaan harus benar-benar dapat dilaporkan dan dipertanggungjawabkan kepada DPRD dan masyarakat. Masyarakat tidak hanya memiliki hak untuk mengetahui anggaran tersebut tetapi juga berhak untuk menuntut pertanggungjawaban atas rencana ataupun pelaksanaan anggaran tersebut.

Ketiga, prinsip *value for money*. Prinsip ini berarti diterapkannya tiga pokok dalam proses penganggaran yaitu ekonomis, efisiensi, dan efektif. Ekonomi berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan sumber daya dalam jumlah dan kualitas tertentu pada harga yang murah. Efisiensi berarti bahwa penggunaan dana masyarakat tersebut dapat menghasilkan output yang maksimal (berdaya guna). Efektifitas berarti bahwa penggunaan anggaran tersebut harus mencapai target-target atau tujuan

kepentingan publik.<sup>14</sup>

Adapun prinsip sebagaimana terkandung dalam pengelolaan keuangan negara sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara Pasal 3 ayat 1 yang dinyatakan: Keuangan negara dikelola secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan, dan bertanggung jawab dengan memperhatikan rasa keadilan dan kepatutan. Asas pengelolaan keuangan negara tersebut sedasar dengan asas-asas umum penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*konsep good governance*).

Dalam hal ini karakteristik prinsip-prinsip *good governance* menurut United Nations Development Programme (UNDP) sebagaimana dikutip Lembaga Administrasi Negara adalah *participation, rule of law, transparency, responsiveness, consensus orientation, equity, effectiveness and efficiency, accountability, strategic vision*. Selaras dengan prinsip-prinsip *good governance*, pengelolaan keuangan negara dalam bingkai *good financial governance* yang modern secara yuridis harus dituangkan dalam perangkat ketentuan hukum yang mengandung asas keterbukaan atau *transparency* dan peran serta masyarakat atau *public participation*.<sup>13</sup>

Pemikiran dasar *good financial governance* menghendaki suatu cara pengelolaan keuangan yang berpola *Integrated financial*

---

<sup>14</sup> Kabul Setio Utomo, Sudarmo, Didik G. Suharto, Analisis Good Governance Dalam Pengelolaan Keuangan Desa, Spirit Publik, Volume 13, Nomor 1, April 2018, hlm. 56.

*management system* demi terciptanya *fiscal sustainability*. Hal ini merupakan tatalaksana pengelolaan keuangan (negara) yang sejalan dengan ritme modernitas *financial management*. Pengelolaan keuangan daerah modern secara yuridis harus dituangkan dalam perangkat pengaturan kebijakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip *good financial governance* yang berupa keterbukaan (*transparency*) dan peran serta masyarakat (*public participation*). Dengan demikian, perlu dirumuskan suatu kebijakan pengelolaan keuangan daerah yang berlandaskan pada prinsip keterbukaan, akuntabilitas (tanggung jawab), tanggung jawab, dan peran serta masyarakat secara efektif dan efisien. Pengaturan kebijakan nasional maupun daerah yang mengatur pengelolaan keuangan daerah seyogyanya diformulasikan sesuai dengan makna *good governance* sebagai tema yang paling mengemuka dalam administrasi negara atau administrasi publik (birokrasi pemerintahan) kontemporer.<sup>15</sup>

## **6. Reklame**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan dengan pujian atau gambar dan sebagainya dengan tujuan agar dagangan tersebut lebih laku. Penyelenggaraan reklame dilakukan oleh orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan usaha atau perusahaan periklanan, baik untuk dan di atas nama sendiri atau nama orang lain. Seperti penyelenggaraan kampanye yang dilakukan

---

<sup>15</sup> *Ibid*

oleh partai politik yang dilakukan serentak, artinya dengan menggunakan setiap media reklame dengan tujuan mempromosikan penjualan barang-barang, jadi sifatnya menyeluruh. Pemasangan reklame juga harus memperhatikan estetika kota agar keserasian antara luas bentuk, jenis dan cara pemasangan reklame sesuai dengan Kawasan yang ada, juga memperhatikan tempat dimana reklame tersebut ditempatkan di tempat yang seharusnya.

Reklame atau Billboard secara etimologis diadaptasi dari Bahasa Spanyol yaitu “Reclamos” bahasa ini serupa dengan Bahasa Latin yaitu “Re” dan “Clame” yang memiliki arti Re : Berulang-ulang dan Clame : Berteriak sehingga jika ditafsirkan dalam Bahasa Indonesia menjadi ajakan/seruan yang berulang-ulang, ajakan/seruan yang ada dalam reklame ini dapat berupa ajakan, gerakan, iklan, propaganda dsb. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan (dengan kata-kata yang menarik, gambar) supaya dikenal dan laku.

Menurut beberapa ahli pengertian Reklame adalah adalah setiap kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan suatu barang, jasa atau hal lainnya dengan maksud untuk menarik perhatian khalayak ramai. (Panji 1990: 120). Sedangkan menurut Berhouwer reklame adalah pernyataan yang secara sadar ditujukan kepada publik yang disampaikan dalam bentuk apapun dan dilakukan oleh seorang peserta perdagangan, dan diarahkan kepada sasaran (pangsa pasar) untuk memperbesar penjualan barang- barang atau jasa yang dimasukkan. Reklame umumnya diselenggarakan oleh pihak badan usaha periklanan dengan mengantongi izin dari pemangku kebijakan setempat dengan mematuhi peraturan yang berlaku. Media yang digunakan dalam reklame bertujuan untuk



mempromosikan barang/jasa atau ajakan kepada khalayak ramai. Dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame harus mendapatkan dari izin dari pihakpihak terkait. Materi yang dapat ditampilkan dalam reklame ini dibagi menjadi 2 (dua)yaitu:

a. Reklame Konvensional

Reklame konvensional merupakan bentuk konvensional dari reklame yang menggunakan media kain (spanduk), sebagai contoh : spanduk, reklame kendaraan, umbul-umbul vertikal banner dsb.

Reklame konvensional dalam kota pada umumnya berupa billboard atau baliho yang ditampilkan di atas media cetak keras dengan teknologi printing yang kemudian dipasangkan pada frame billboard yang telah tersedia. Berbeda dengan reklame yang memiliki format digital menggunakan tampilan LCD dengan backlight, reklame yang memiliki format konvensional ini perlu untuk mendapat penerangan di malam hari melalui lampu yang menyorot secara langsung pada billboard. Selain lampu yang disorotkan, terkadang lampu latar yang dipasang dibelakang billboard sebagai backlight dengan menggunakan bahan media yang tembus cahaya. Penggunaan lampu ini hanya digunakan pada malam hari karena pada siang hari, billboard konvensional cenderung lebih mudah untuk terlihat.

b. Reklame Digital

Reklame digital atau yang jamak disebut sebagai Digital Billboard/Videotron /Megatron sebenarnya sama dengan Reklame Konvensional hanya materi yang dapat ditampilkan lebih dinamis karena media yang ditampilkan tidak terbatas pada gambar statis melainkan dapat berupa

animasi dan video yang lebih informatif.

Reklame digital pada umumnya berukuran lebih kecil dan terpasang pada indoor yang sejajar dengan tinggi manusia sekitar 2 meter, reklame digital memiliki banyak keunggulan daripada billboard konvensional sebagai berikut :

1. Konten yang ditampilkan bersifat dinamis.
2. Mudah dalam penggantian konten karena tidak memiliki media fisik yang harus diganti setiap pergantian materi.
3. Lebih ramah lingkungan karena tidak menghasilkan sampah setiap pergantian materi.
4. Memiliki pencahayaan sendiri sehingga secara estetika lebih baik.
5. Memiliki deployment time yang lebih cepat daripada billboard yang dipasang secara konvensional

Pelaksanaan pemasangan reklame yang mendapatkan izin dan diperbolehkan oleh pemerintah, yaitu reklame dalam bentuk:

- a. Reklame papan/billboard/ videotron/ megatron;
- b. Reklame kain;
- c. Reklame melekat/stiker;
- d. Reklame selebaran;
- e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
- f. Reklame udara;
- g. Reklame apung;
- h. Reklame film/ slide; dan
- i. Reklame peragaan.

Reklame digolongkan menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu: berdasarkan jenis, lokasi penempatan, dan masa izin. Setiap kelompok memiliki kekurangan dan kelebihan serta memiliki banyak macam jenis, antara lain sebagai berikut:

1. Reklame berdasarkan Jenis

Reklame berdasarkan Jenis, terdiri dari:

- a. Reklame selebaran/brosur/leaflet merupakan reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, dijual, atau diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan, pada suatu benda lain, Contoh; brosur, leaflet, katalog, undangan ataupun tiket yang mengandung iklan.
- b. Reklame Sticker/Melekat merupakan reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, atau dapat ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan tidak melebihi 100cm lebarnya.
- c. Reklame Kain/Spanduk/Umbul-umbul, reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk juga plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu. Termasuk reklame kain adalah bendera, tenda, kresek, umbul-umbul yang terbuat dari kain, karet, karung dan sejenisnya.
- d. Reklame Film/Slide merupakan reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenisnya, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan pada layar atau benda-benda lain di dalam ruang yang dibedakan menjadi dua, yaitu dengan suara dan tanpa suara.

- e. Reklame Udara, diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain sejenisnya. Termasuk reklame udara adalah reklame balon, dan reklame yang diterbangkan dengan pesawat.
- f. Reklame Suara, diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan kata-kata yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.
- g. Reklame Peragaan, diselenggarakan dengan cara memeperagakan suatu barang dengan atau tanpa suara yang terbagi menjadi dua, yaitu; diluar ruangan yang bersifat permanen dan bersifat tidak permanen.
- h. Reklame Megatron/Videotron/LED merupakan jenis reklame yang menggunakan layer monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar maupun tidak, dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan oleh listrik.
- i. Reklame Billboard/Papan adalah reklame yang terbuat dari seng, aluminium, fiberglass, kaca, batu logam, alat penyinar atau bahan lain sejenisnya, dipasang pada tempat yang disediakan atau digantung/ditempel/dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun tidak. Reklame billboard/papan terdiri dari tiang dengan penerangan, tiang tanpa penerangan, menempelkan dengan penerangan, menempel tanpa penerangan.
- j. Reklame berjalan adalah reklame berjalan/kendaraan disebut juga dengan transit adalah reklame yagn ditempelkan pada kendaraan atau benda yang bersifat mobile baik mempergunakan kendaraan atau dibawa orang.
- k. Reklame Baliho, merupakan reklame yang terbuat dari papan kayu/triplek

atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tiang atau konstruksi lain yang sifatnya tidak permanen.

## 2. Reklame berdasarkan Lokasi Penempatan

Reklame berdasarkan titik penempatan terdiri dari:

- a. Reklame indoor, yaitu reklame yang berada di dalam bangunan dengan sasaran penyelenggaraannya eye catcher di dalam bangunan itu sendiri.
- b. Reklame outdoor, yaitu reklame yang ditempatkan pada lokasi diluar bangunan atau reklame yang terletak dalam bangunan tetapi sasaran penyelenggaraannya bersidat eye catcher berada di luar bangunan.

## 3. Reklame berdasarkan Masa Izin Terdiri atas:

- a. Reklame insidentil, yaitu masa izinnya kurang dari satu tahun. Reklame jenis ini diselenggarakan dalam masa-masa tertentu. Jenisnya yaitu, baliho, spanduk/umbul-umbul/poster, selebaran/brosur/leaflet, sticker/melekat, slide/flim baik dengan suara maupun tanpa suara, reklame udara, reklame suara, reklame peragaan luar ruang maupun bersifat permanen dan tidak permanen.
- b. Reklame Tetap/permanen, yaitu masa izinnya berlaku hanya satu tahun. Jenis reklame nya yaitu, megatron/videotron/led/billboard/tiang dengan peragaan, billboard tiang menempel pada penerangan, billboard menempel pada peragaan, billboard menempel pada penerangan, kendaraan berjalan/transit.

Sebagai media komunikasi pemasaran, tujuan perreklamean dapat digolongkan menurut sasarannya yaitu:<sup>16</sup>

#### 1. Reklame Informative

Dalam hal ini, reklame bertujuan membentuk permintaan pertama dengan memberitahukan kepada pasar tentang produk baru, mengusulkan kegunaan baru suatu produk, memberitahukan tentang perubahan harga, menjelaskan cara kerja suatu produk, menjelaskan pelayanan yang tersedia, mengoreksi kesan yang salah, mengurangi kecemasan pembeli, dan membangun citra perusahaan.

#### 2. Reklame Persuasive

Reklame persuasif bertujuan membentuk permintaan selektif suatu merk tertentu. Ini dilakukan pada tahap kompetitif dengan membentuk preferensi merk, mendorong alih merk, mengubah persepsi pembeli tentang produk, membujuk pembeli untuk membeli sekarang, dan membujuk pembeli menerima kunjungan penjualan.

#### 3. Reklame Peningat

Reklame ini sangat penting dalam tahap kedewasaan suatu produk untuk menjaga agar konsumen selalu mengingat akan produk tersebut.

#### 4. Reklame Penambah Nilai

Reklame ini bertujuan menambah nilai merk pada persepsi konsumen dengan melakukan inovasi, perbaikan kualitas, dan penguatan persepsi konsumen.

---

<sup>16</sup> Muchamad Suyanto. Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan, Yogyakarta: Andi Offset CV 2004, hlm 5

## 5. Reklame Bantuan Aktivitas Lain

Reklame ini bertujuan membantu memfasilitasi usaha lain perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. Reklame digunakan sebagai media iklan ruang terbuka yang iklan yang dinilai lebih efektif dan lebih murah dalam menyampaikan pesan, khalayak tidak dipungut biaya apapun untuk melihat dan memahaminya. Produk atau jasa yang ditawarkanpun bersifat gratis dengan tujuan agar khalayak menjadi tertarik, terpengaruh dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Media ruang terbuka biasanya ditempatkan di ruangan terbuka seperti di sepanjang jalan utama, atau di tempat-tempat yang dirasa efektif dan strategis untuk dapat dilihat secara umum. Dalam proses produksi, media iklan ruang terbuka juga mempunyai beberapa tahapan-tahapan, seperti persiapan desain, persiapan bahan, dan proses pembuatan iklan ruang terbuka. Dan dalam proses pembuatannya diperlukan ketelitian untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Berikut beberapa proses tahapan dan strategi kreatif :<sup>17</sup>

1. Pendekatan generik yang berorientasi pada keunggulan biaya keseluruhan dan diferensiasi.
2. Pendekatan preemptive yang merupakan strategi yang cerdas karena menonjolkan superioritasnya dan merupakan pernyataan yang unik.
3. Pendekatan Unique Selling Proposition yang berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk saingannya.
4. Menciptakan suatu brand image yang tujuannya diproyeksikan pada suatu

---

<sup>17</sup> Ibid hlm. 13

citra tertentu. Gagasannya adalah agar konsumen dapat menikmati keuntungan psikologis, selain keuntungan fisik dari sebuah produk.

5. Pendekatan inherent drama yang menekankan elemen dramatik yang diekspresikan pada manfaat iklan tersebut.
6. Konsep Positioning yang mempunyai gagasan menempatkan sebuah produk untuk mendapatkan posisi yang baik dalam benak konsumen.

## 7. Penataan Ruang / Tata Ruang Kota

Beberapa teori tentang struktur kota diantaranya, meliputi:

### 1) Teori Konsentris (Concentric Theory)

Teori konsentris dari Ernest W. Burgess, seorang sosiolog beraliran human ecology, merupakan hasil penelitian Kota Chicago pada tahun 1923. Menurut pengamatan Burgess, Kota Chicago ternyata telah berkembang sedemikian rupa dan menunjukkan pola penggunaan lahan yang konsentris yang mencerminkan penggunaan lahan yang berbeda-beda.

Burgess berpendapat bahwa kota-kota mengalami perkembangan atau pemekaran dimulai dari pusatnya, kemudian seiring pertambahan penduduk kota meluas ke daerah pinggiran atau menjauhi pusat. Zona-zona baru yang timbul berbentuk konsentris dengan struktur bergelang atau melingkar.

Berdasarkan teori konsentris, wilayah kota dibagi menjadi lima zona sebagai berikut.



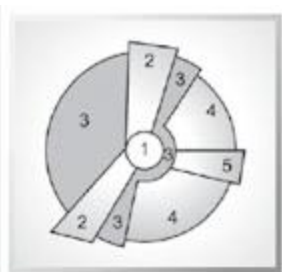


Teori Burgess sesuai dengan keadaan negara-negara Barat (Eropa) yang telah maju penduduknya. Teori ini mensyaratkan kondisi topografi lokal yang memudahkan rute transportasi dan komunikasi.

## 2) Teori Sektoral (Sector Theory)

Teori sektoral dikemukakan oleh Hommer Hoyt. Teori ini muncul berdasarkan penelitiannya pada tahun 1930-an. Hoyt berkesimpulan bahwa proses pertumbuhan kota lebih berdasarkan sektorsektor daripada sistem gelang atau melingkar sebagaimana yang dikemukakan dalam teori Burgess. Hoyt juga meneliti Kota Chicago untuk mendalami Daerah Pusat Kegiatan (Central Business District) yang terletak di pusat kota.

Ia berpendapat bahwa pengelompokan penggunaan lahan kota menjulur seperti irisan kue tar. Mengapa struktur kota menurut teori sektoral dapat terbentuk? Para geograf menghubungkannya dengan kondisi geografis kota dan rute transportasinya. Pada daerah datar memungkinkan pembuatan jalan, rel kereta api, dan kanal yang murah, sehingga penggunaan lahan tertentu, misalnya perindustrian meluas secara memanjang. Kota yang berlereng menyebabkan pembangunan perumahan cenderung meluas sesuai bujurana lereng.



Sumber: Dokumen Penulis

**Gambar 6.19** Struktur kota menurut teori sektoral.

### Keterangan:

- Zona 1 : Daerah Pusat Kegiatan (DPK) atau *Central Business District* (CBD)
- Zona 2 : Daerah grosir dan manufaktur.
- Zona 3 : Permukiman kelas rendah.
- Zona 4 : Permukiman kelas menengah.
- Zona 5 : Permukiman kelas atas.

### 3) Teori Inti Ganda (Multiple Nucleus Theory)

Teori ini dikemukakan oleh Harris dan Ullman pada tahun 1945. Kedua geografer ini berpendapat, meskipun pola konsentris dan sektoral terdapat dalam wilayah kota, kenyataannya lebih kompleks dari apa yang dikemukakan dalam teori Burgess dan Hoyt.



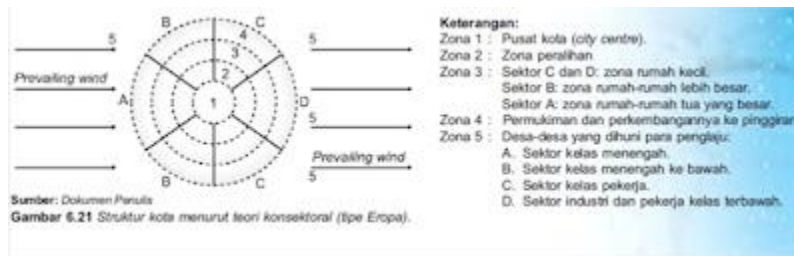
Pertumbuhan kota yang berawal dari suatu pusat menjadi bentuk yang kompleks. Bentuk yang kompleks ini disebabkan oleh munculnya nukleus-nukleus baru yang berfungsi sebagai kutub pertumbuhan. Nukleus-nukleus baru akan berkembang sesuai dengan penggunaan lahannya yang fungsional dan membentuk struktur kota yang memiliki sel-sel pertumbuhan. Nukleus kota dapat berupa kampus perguruan tinggi, Bandar udara, kompleks industri, pelabuhan laut, dan terminal bus. Keuntungan ekonomi menjadi dasar pertimbangan dalam penggunaan lahan secara mengelompok sehingga berbentuk nukleus. Misalnya, kompleks industri mencari lokasi yang berdekatan dengan sarana transportasi. Perumahan baru mencari lokasi yang berdekatan dengan pusat perbelanjaan dan tempat pendidikan.

Harris dan Ullman berpendapat bahwa karakteristik persebaran penggunaan lahan ditentukan oleh faktor-faktor yang unik seperti situs kota dan sejarahnya

yang khas, sehingga tidak ada urutan yang teratur dari zona-zona kota seperti pada teori konsentris dan sektoral. Teori dari Burgess dan Hoyt dianggap hanya menunjukkan contoh-contoh dari kenampakan nyata suatu kota.

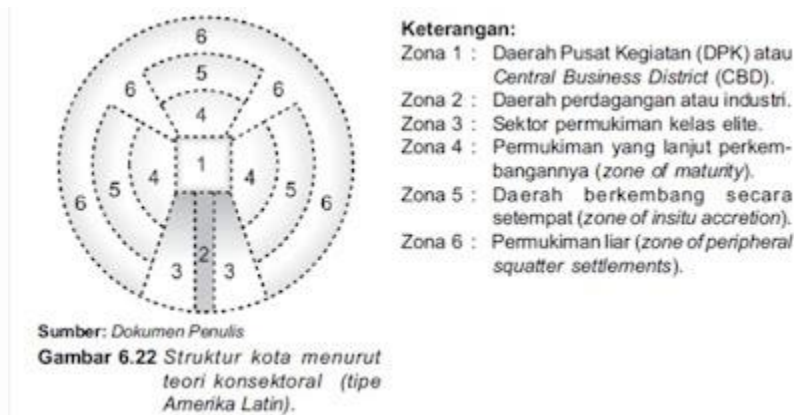
#### 4) Teori Konsektoral (Tipe Eropa)

Teori konsektoral tipe Eropa dikemukakan oleh Peter Mann pada tahun 1965 dengan mengambil lokasi penelitian di Inggris. Teori ini mencoba menggabungkan teori konsentris dan sektoral, namun penekanan konsentris lebih ditonjolkan.



#### 5) Teori Konsektoral (Tipe Amerika Latin)

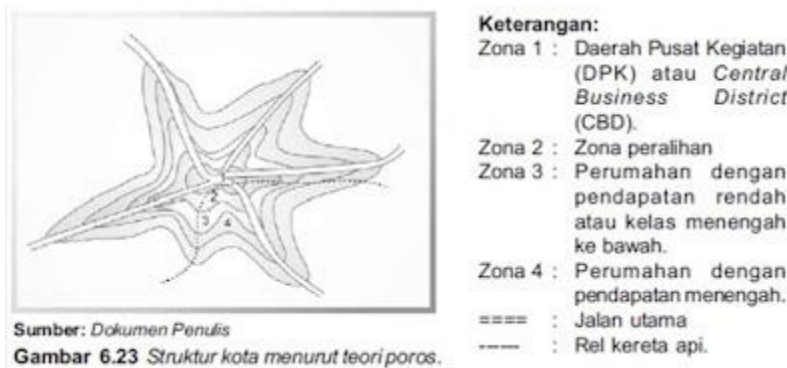
Teori konsektoral tipe Amerika Latin dikemukakan oleh Ernest Griffin dan Larry Ford pada tahun 1980 berdasarkan penelitian di Amerika Latin. Teori ini dapat digambarkan sebagai berikut;



#### 6) Teori Poros

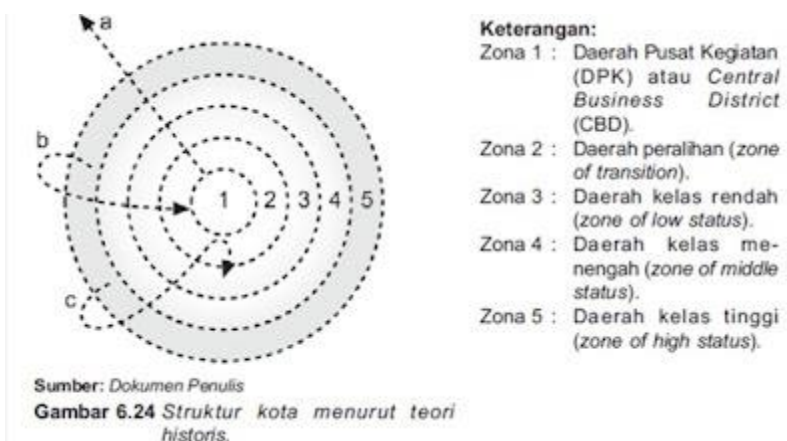
Teori poros dikemukakan oleh Babcock (1932), yang menekankan pada peranan

transportasi dalam memengaruhi struktur keruangan kota. Teori poros ditunjukkan pada gambar sebagai berikut.



### 7) Teori Historis

Dalam teori historis, Alonso mendasarkan analisisnya pada kenyataan historis yang berkaitan dengan perubahan tempat tinggal penduduk di dalam kota. Teori historis dari Alonso dapat digambarkan sebagai berikut:



Dari model gambar di depan menunjukkan bahwa dengan meningkatnya standar hidup masyarakat yang semula tinggal di dekat CBD disertai penurunan kualitas lingkungan, mendorong penduduk untuk pindah ke daerah pinggiran (a). Perbaikan daerah CBD menjadi menarik karena dekat dengan pusat segala fasilitas kota (b). Program perbaikan yang semula hanya difokuskan di zona 1 dan 2, melebar ke zona 3 yang menarik para pendatang baru khususnya dari zona 2

(c). Untuk memahami lebih dalam tentang ruang, kita perlu mengambil beberapa pengertian ruang dari pendapat para ahli, lengkapnya sebagai berikut.

### **1. Tata Ruang Menurut Sujarto, 1992**

Tata ruang adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang yang merupakan wadah kehidupan yang mencakup ruang daratan, ruang lautan dan ruang udara termasuk didalamnya tanah, air, udara dan benda lainnya serta daya, yang merupakan suatu keadaan kesatuan wilayah tempat manusia dan makhluk hidup lainnya melakukan kegiatan dan memelihara keberlangsungan hidupnya.

### **2. Tata Ruang Menurut Rapoport, 1980**

Tata ruang adalah penataan segala sesuatu yang berada dalam ruang sebagai wadah penyelenggaraan kehidupan. Tata ruang pada hakikat merupakan lingkungan fisik dimana terdapat hubungan organisatoris antara berbagai macam objek dan manusia yang terpisah dalam ruang tertentu.

### **3. Tata Ruang Menurut Wetzling, 1978**

Tata ruang terkait dengan segala sesuatu yang berada dalam ruang sebagai wadah penyelenggaraan kehidupan sehingga menunjukkan hasil distribusi tindakan manusia dan kegiatannya untuk mencapai tujuan.

Untuk menjelaskan lebih dalam tentang Tata Ruang, kita akan sedikit bergeser pada pembahasan Struktur ruang, Pola ruang, dan Tata ruang kota.

### **Struktur Ruang**

Struktur ruang merupakan susunan pusat-pusat pemukiman dan sistem jaringan prasarana dan sarana yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan sosial ekonomi masyarakat yang secara hierarkis memiliki hubungan fungsional.

## **Pola Ruang**

Pola ruang adalah distribusi peruntukan ruang dalam suatu wilayah, meliputi peruntukan ruang untuk fungsi lindung dan peruntukan ruang untuk fungsi budidaya.

## **Tata Ruang Kota**

Tata ruang kota memiliki definisi yang lebih kompleks dari tata ruang pedesaan. Tata ruang kota dibagi dalam banyak zona mulai dari perumahan, pemukiman, industri, pendidikan, wisata, hingga tempat pembuangan sampah.

## **B. KAJIAN TERHADAP PRAKTIK KEWENANGAN DAERAH TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME, KONDISI YANG ADA SERTA PERMASALAHAN YANG DIHADAPI**

Kabupaten Paser merupakan Kabupaten paling selatan dari Provinsi Kalimantan Timur, dengan Ibukota Kabupaten yang terletak di Kota Tana Paser. Secara geografis, Kabupaten Paser terletak diantara  $0^{\circ}45'18,37''$  -  $2^{\circ}27' 20,82''$  Lintang Selatan dan  $115^{\circ}36'14,5''$  -  $116^{\circ}57'35,03''$  Bujur Timur, dan terletak pada ketinggian yang berkisar antara 0-500 meter diatas permukaan laut.

Secara Administratif Kabupaten Paser dibagi menjadi 10 (sepuluh) Kecamatan yang tersebar pada wilayah pesisir (pantai selat Makassar) sebelah timur sampai wilayah perbukitan sebelah barat. Pada bagian Utara, Kabupaten Paser berbatasan langsung dengan Kabupaten Kutai Barat dan Penajam Paser Utara. Di sebelah barat terdapat Kabupaten Barito Utara, Tabalong, dan Balangan, Provinsi Kalimantan Selatan, sedangkan dibagian selatan terletak Kabupaten Kota Baru, Provinsi Kalimantan Selatan. Pada sebelah Timur, terdapat Kepulauan Balabagan yang terletak di perairan Selat Makassar.

Semenjak terjadinya pemekaran wilayah Kabupaten Paser sesuai dengan Undang Undang nomor 7 Tahun 2002 tentang pembentukan Kabupaten Penajam Paser Utara, Kabupaten Paser memiliki delapan Kecamatan, yaitu Kecamatan Long ikis, Kecamatan Longkali, Kecamatan Kuario, Kecamatan Tanah grogot, Kecamatan Batu Sopang, Kecamatan Muara Komam, Kecamatan Pasir Belengkong dan Kecamatan Tanjung Aru dengan 110 (serratus sepuluh) Desa /Kelurahan. Kemudian pada tanggal 29 desember 2003 Kecamatan Batu Sopang dimekarkan menjadi 2(dua) kecamatan yaitu Kecamatan Batu Sopang dan Kecamatan Muara Samu.

Keberadaan Reklame di Kabupaten Paser merupakan suatu potensi yang sangat menjanjikan bagi pendapatan asli daerah. Sehingga pemasukkan dari Pajak Reklame sangat penting bagi Kabupaten Paser. Hal ini sangat melegakan bahwa sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah disebutkan bahwa Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. Sesuai dengan ketentuan Pasal 4 ayat (2) telah disebutkan bahwa Pajak Reklame merupakan salah satu Pajak yang dipungut oleh pemerintah kabupaten/kota. Sehingga pungutan atas pajak reklame sah merupakan kewenangan Pemerintah Kabupaten Paser.

Walaupun tidak seluruh objek pajak reklame diperuntukkan bagi seluruh penyelenggaraan reklame. Dikecualikan dari objek pajak diantaranya untuk kepentingan sosial, partai, pendidikan dan/atau pemerintahan. Adapun objek pajak reklame di Kabupaten Paser meliputi:

a. produk

b. non produk (ada yang dijual).

Objek Pajak Reklame yang dikecualikan berdasarkan data yang didapatkan dari Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Paser diantaranya:

- a. internet, warta;
- b. label kaleng/bungkusan;
- c. nama plang profesi; dan/atau
- d. reklame yang diselenggarakan pemerintah.

Keberadaan reklame di Kabupaten Paser yang ada saat ini belum ada pengaturannya dalam bentuk Perda. Keberadaan Reklame-reklame tersebut hanya didasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 28 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah dengan Perda Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Ketertiban Umum. Untuk mengetahui reklame yang terpasang di wilayah Kabupaten Paser, Satpol PP menggali informasi dari Bapenda, jika didapatkan informasi bahwa reklame tersebut belum ada izinnya, maka Satpol PP akan melakukan penertiban. Demikian pula sebaliknya, jika tidak didapatkan informasi bahwa reklame yang terpasang tidak atau belum berizin, maka Satpol PP tidak melakukan penertiban.<sup>18</sup>

Adapun penertiban dan/atau penegakkan yang dilakukan Satpol PP atas keberadaan reklame, diantaranya sebagai berikut:

- a. izin reklame telah habis atau bahkan tidak punya;
- b. mengganggu ketertiban umum; atau
- c. pemasangan yang tidak pada tempatnya.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Hasil Interview dan pengisian Quesioner oleh Satpol PP Kabupaten Paser, Tanggal 7 September 2023.

<sup>19</sup> *Ibid.*



Penilaian yang digunakan oleh Satpol PP sebagai dasar menentukan bahwa keberadaan reklame tersebut mengganggu ketertiban umum yaitu bisa diukur dari bentuk yang tidak proporsional antara tinggi dengan besar papan, atau peletakkannya (tata letak) yang tidak estetik. Reklame yang sering dianggap mengganggu ketertiban pada umumnya berasal dari dunia usaha.

Jumlah Satpol PP yang sudah merupakan PPNS bagru berjumlah 6 (enam) orang, sehingga sangat tidak proporsional dalam melaksanakan upaya penegakkan Perda atau penertiban Reklame pada khususnya. Karena tanda adanya Satpol PP yang telah menjadi PPNS, akan menjadi kendala tersendiri dalam upaya penegakkan atau penertiban di Kabupaten Paser yang sangat luas.

Satpol PP sebagai aparat penegak Perda sangat mengharapkan bahwa nantinya dengan adanya Perda tentang Penyelenggaraan Reklame akan memudahkan dan memberikan kekuatan hukum bagi Satpol PP dalam melakukan penertiban reklame. Oleh karena itu, Satpol PP mengusulkan beberapa materi muatan yang wajib ada dalam Perda Penyelenggaraan Reklame paling sedikit memuat:

- a. pemasangan reklame tidak mengganggu ketertiban umum;
- b. adanya sanksi administrative; dan
- c. adanya sanksi pidana ringan dan pidana biasa.

Sedangkan jika kita kaji dari sisi tata ruang atau tata letak ruang, maka pada dasarnya terkait dengan tata letak reklame telah diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 41 Tahun 2020 tentang Perubahan Peraturan Bupati Paser Nomor 20 Tahun 2011 Tentang Penetapan Nilai Jual Objek Pajak Dan Nilai Lokasi Strategis Pemasangan Reklame Serta Tata Cara Enghitungan Pembayaran Pajak Bagi

Wajib Pajak Reklame Dalam Wilayah Kabupaten Paser.

Sedangkan usulan dari Dinas PUPR apabila akan disusun Raperda tentang Penyelenggaraan reklame, maka setidaknya memuat substansi tentang letak rangka reklame yang harus terletak di badan jalan. Pengaturan tersebut bagi Dinas PUPR penting dan perlu dimuat dalam Perda Penyelenggaraan reklame agar dapat memudahkan pelaksanaan tugas Dinas PUPR dalam tata kota.<sup>20</sup>

Dari sisi perizinan, DPMPTSP saat ini belum memiliki peraturan yang mengatur perizinan pemasangan reklame di Kabupaten Paser. Satu-satunya dasar yang digunakan masih dalam bentuk izin yang diberikan oleh DPMPTSP. Sedangkan landasan pemberian izin tersebut belum memiliki alas huum setidaknya peraturan bupati atau Perda. Sehingga perlu sekali Perda Penyelenggaraan Reklame mengatur hal tersebut sebagai payung hukum, yang selanjutnya secara lebih detail dapat didelegasikan untuk diatur dalam Peraturan Bupati.

Dikarenakan belum memiliki dasar hukum yang kuat aas perizinan reklame, maka untuk memastikan reklame yang terpasang di wilayah Kabupaten Paser telah mendapat izin atau belum hanya dapat dipastikan untuk beberapa objek, diantaranya:<sup>21</sup>

- a. untuk pajak konten dan tiang; atau
- b. reklame yang terdata memiliki rangka kokoh atau berangka (sementara

---

<sup>20</sup> Hasil Interview dan pengisian Questioner oleh Dinas PUPR Kabupaten Paser, Tanggal 7 September 2023.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Hasil Interview dan pengisian Questioner oleh DMPTSP Kabupaten Paser, Tanggal 7 September 2023.

<sup>21</sup> *Ibid.*

baru 2 yang terdaftar resmi).

Pengurusan perizinan tersebut dikenai biaya, karena pajak retribusi daerah mewajibkan adanya pembayaran retribusi atas pemasangan reklame. Izin pemasangan reklame juga dapat diperpanjang selama tetap dan terus membayar pajak konten yang didahului dengan pengajuan permohonan perpanjangan izin. DMPTSP juga mengusulkan dalam penyusunan Raperda Penyelenggaraan Reklame maka sebaiknya dimuat tentang:<sup>22</sup>

1. konten perizinan berbasis perusahaan (vidiotron);
2. pelaksanaan polis asuransi (jika terjadi tiang roboh yang menimbulkan kerugian) berdasar ketinggian; dan
3. perizinan disamakan walaupun ada 3 (tiga) model jalan.

Permasalah - permasalahan yang berhasil penyusun kumpulkan serta masukan-masukan terhadap substansi rancangan Perda penyelenggaraan reklame menunjukkan pentingnya Perda ini untuk segera disusun mengingat setidaknya 3 (tiga) stake holder Kabupaten Paser sangat berkepentingan dalam hal pelaksanaan atau operasional tugas dan fungsinya, dan yang terpenting yaitu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas penataan kota yang tertib dan tidak mengganggu ketertiban masyarakat.

### **C. KAJIAN TERHADAP IMPLIKASI SISTEM BARU YANG AKAN DIATUR TERHADAP ASPEK KEHIDUPAN BERMASYARAKAT DAN DAMPAKNYA TERHADAP BEBAN KEUANGAN DAERAH**

Kajian mengenai Penyelenggaraan Reklame diyakini memberi

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

implikasi positif terhadap kehidupan bermasyarakat. Hal ini karena memang pada dasarnya, kehadiran reklame bertujuan sebagai sarana informatif bagi masyarakat. Baik berupa informasi komersial, maupun informasi yang sifatnya informatif dan edukatif. Kehadiran reklame yang semakin menjamur di Kabupaten Paser, memerlukan suatu penataan dan pengelolaan yang tepat sehingga tidak mengganggu tata kota di Kabupaten Paser.

Dalam penyusunan naskah ini, metode yang digunakan untuk mengetahui implikasi yang akan ditimbulkan dengan adanya penyelenggaraan reklame nantinya di Kabupaten Paser, menggunakan indikator yang dapat diukur melalui *Regulatory Impact Analysis* (RIA) dan *Rules, Opportunity, Capacity, Communication, Interest, Process and Ideology* (ROCCIPI).

Metode RIA digunakan dalam penyusunan suatu aturan yang secara prinsip dapat mengakomodasi langkah-langkah yang harus dijalankan dalam penyusunan suatu aturan dalam hal ini penyusunan naskah akademik tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Paser.

Sebagaimana dimaklumi bersama bahwa penerapan sistem baru, apalagi yang berkaitan dengan diberlakukannya suatu peraturan perundang-undangan dalam bentuk Peraturan Daerah yang salah satunya mengatur tentang Penyelenggaraan Reklame dipastikan akan memiliki dampak terhadap aspek beban keuangan daerah. Namun, dalam hal ini, kewajiban penyelenggara daerah, khususnya yang duduk di Legislatif dan Eksekutif, harus berusaha semaksimal mungkin untuk mengatur kehidupan

masyarakat, dalam rangka pencapaian masyarakat yang tertib, aman, dan damai, serta sejahtera.

Aspek beban keuangan negara yang dikeluarkan dari Anggaran Belanja Daerah (ABD), mulai dari pembuatan kajian yang selanjutnya akan dilanjutkan dengan dimasukkannya dalam Properperda yang untuk dibahas substansinya lebih mendalam lagi, Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame yang melibatkan banyak pihak sebagai *stakeholder*.

Akan tetapi, dengan adanya naskah akademik tentang penyelenggaraan reklame akan sangat bermanfaat dalam menetapkan Perda yang dibutuhkan oleh Pemda maupun masyarakat. Dengan adanya NA ini maka, manfaat yang didapatkan daerah akan jauh lebih besar dibandingkan dengan anggaran yang dikeluarkan.

Dampak kedepannya bagi pembahasan dalam rangka penyempurnaan dan finalisasi Raperda Penyelenggaraan Reklame juga akan lebih ringan.

**BAB III**  
**EVALUASI DAN ANALISIS**  
**PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT**

Berdasarkan hasil kajian terhadap Peraturan Perundang-undangan yang terkait dengan Kewenangan Daerah terhadap Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Paser, maka kajian peraturan perundang-undangan secara hierarki baik secara vertikal maupun horizontal, sehingga diperoleh kajian berdasarkan evaluasi dan analisis bahwa yang menjadi dasar pengaturan substansi atau materi yang akan diatur sebagai berikut:

**1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.**

Pasal 18 ayat (6) UUD 1945 menyatakan bahwa: *“pemerintah daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi daerah dan tugas pembantuan.”*

Dalam kaitan ini, maka sistem hukum nasional memberikan kewenangan atributif kepada daerah untuk menetapkan Perda dan peraturan daerah lainnya, dan Perda diharapkan dapat mendukung secara sinergis program-program Pemerintah di daerah. Sehingga Perda merupakan instrumen hukum bagi pemerintah daerah untuk menjalankan seluruh kewenangannya yang diperoleh baik secara delegasi maupun atribusi.

Begitu pula terkait mengenai kewenangan daerah terhadap penyelenggaraan pajak reklame, maka pemerintah daerah perlu untuk membentuk Perda mengenai Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang didalamnya salah satunya mengatur mengenai dalam rangka menjalankan otonomi daerah

terkait kewenangannya. Dengan dibentuknya Perda tersebut, maka menjadi dasar hukum bagi pemerintah daerah nantinya dalam menyelenggarakan pajak reklame pada 2024, karena perda pajak dan retribusi daerah yang ada saat ini akan berakhir pada tahun 2024 atau pada tahun 2024 sudah tidak dapat diterapkan lagi dan harus dibuat dalam Perda sesuai dengan ketentuan Pasal 94 UU 1/2022.

**2. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4725) .**

Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 menegaskan bahwa sejalan dengan kebijakan otonomi daerah yang memberikan kewenangan semakin besar kepada pemerintah daerah dalam penyelenggaraan penataan ruang, maka kewenangan tersebut perlu diatur demi menjaga keserasian dan keterpaduan antar daerah dan antara pusat dan daerah agar tidak menimbulkan kesenjangan antar daerah.

**Pasal 7**

- (1) Negara menyelenggarakan **penataan ruang untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.**
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), negara memberikan **kewenangan penyelenggaraan penataan ruang kepada Pemerintah dan pemerintah daerah.**

**Pasal 11**

- (1) Wewenang pemerintah daerah kabupaten/kota dalam penyelenggaraan penataan ruang meliputi: a. **pengaturan, pembinaan, dan pengawasan terhadap pelaksanaan penataan ruang wilayah**

**kabupaten/kota dan kawasan strategis kabupaten/kota; b.** pelaksanaan penataan ruang wilayah kabupaten/kota; c. pelaksanaan penataan ruang kawasan strategis kabupaten/kota; dan d. kerja sama penataan ruang antarkabupaten/ kota.

**(2)** Wewenang pemerintah daerah kabupaten/kota dalam pelaksanaan penataan ruang wilayah kabupaten/kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b meliputi: a. perencanaan tata ruang wilayah kabupaten/kota; **b. pemanfaatan ruang wilayah kabupaten/kota; dan c. pengendalian pemanfaatan ruang wilayah kabupaten/kota.**

Penataan terhadap keberadaan reklame yang semakin menjamur di Kab. Paser merupakan salah satu upaya untuk melakukan penataan terhadap ruang di wilayah Kab. Paser, dengan demikian kewenangan terhadap penataan reklame di daerah dapat didasarkan atas petunjuk yang dimuat dalam UU 26 Tahun 2007.

**3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang- undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801)**



Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan adalah pedoman teknis bagi pemerintah dalam menyusun suatu produk Peraturan Perundang-undangan. Materi muatan dalam undang-undang ini tidak hanya menyangkut ketentuan formil dalam proses pembentukannya tetapi juga mengatur teknis dan struktur Peraturan Perundang-undangan. Ketentuan formil dalam pembentukan Peraturan Perundang-undangan menyangkut tata cara dan tahapan-tahapan yang harus dilalui dimana tahapan tersebut diawali dengan proses perencanaan, penyusunan dimana didalamnya termasuk penelitian dan pembuatan laporan penelitian yang dikenal dengan Naskah Akademik, pembahasan, pengesahan atau penetapan, sampai berakhir pada proses pengundangan.

Di dalam undang-undang ini, peraturan daerah diakui sebagai bagian dari hierarki Peraturan Perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, hal ini termuat dalam Pasal 7 ayat (1) yang berbunyi:

Jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan terdiri atas:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;
- c. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Undang;
- d. Peraturan Pemerintah;
- e. Peraturan Presiden;
- f. Peraturan Daerah Provinsi; dan
- g. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.

Dalam hierarki Peraturan Perundang-undangan tersebut secara jelas diatur posisi Peraturan Daerah berada pada urutan kedua paling bawah dalam piramida Peraturan Perundang-undangan, dengan demikian maka materi muatan yang akan dimuat dalam Peraturan daerah harus sesuai dan tidak bertentangan dengan materi muatan dalam Peraturan Perundang-undangan yang berada di atasnya khususnya Peraturan Perundang-undangan yang memiliki keterkaitan materi.

Batasan pengaturan mengenai materi muatan peraturan daerah dalam undang-undang ini dimuat dalam Pasal 14 yaitu berisi materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi khusus daerah dan/atau penjabaran lebih lanjut Peraturan Perundang-undangan yang lebih tinggi.

- 4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah 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).**

Di dalam Pasal 18 UUDN RI Tahun 1945 yang diatur tentang Pemerintah Daerah menyebutkan bahwa:

- (1) Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah- daerah provinsi dan daerah provinsi dibagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap provinsi, kabupaten, dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah, yang diatur dengan undang-undang.
- (2) Pemerintah daerah provinsi, daerah Kabupaten, dan Kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan.
- (3) Pemerintah daerah provinsi, daerah kabupaten, dan kota memiliki Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang anggota- anggotanya dipilih melalui pemilihan umum.
- (4) Gubernur, bupati, dan walikota masing-masing sebagai kepala pemerintah daerah provinsi, kabupaten dan kota dipilih secara demokratis.
- (5) Pemerintah daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali **urusan pemerintahan yang oleh undang-undang ditentukan sebagai urusan pemerintahan pusat.**
- (6) **Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan.**

Kewenangan daerah dalam pemerintahan dapat dibedakan dalam dua urusan pemerintah yang dibagi antara

Pemerintah Pusat dan Daerah Provinsi dan Daerah Kabupaten/Kota yang diatur dalam Pasal 12, antara lain:

- a. Urusan pemerintahan wajib artinya suatu urusan pemerintahan yang berkaitan dengan pelayanan dasar dan urusan wajib yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar. Beberapa contoh urusan pemerintahan wajib diantaranya bidang pendidikan, kesehatan, pangan, lingkungan hidup, pemberdayaan masyarakat, dan lain-lain.
- b. Urusan pemerintahan yang bersifat pilihan terkait erat dengan potensi unggulan dan kekhasan daerah.

Selanjutnya dalam Pasal 21 ditentukan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan urusan pemerintahan konkuren diatur dalam peraturan pemerintah.

**5. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang 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).**

Analisis terhadap peraturan ini yaitu adanya keinginan dari Pemerintah untuk meningkatkan investasi yang masuk ke Indonesia. UU Cipta Kerja bertujuan untuk:

- a. menciptakan dan meningkatkan lapangan kerja dengan memberikan

kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan terhadap koperasi dan UMKM serta industri dan perdagangan nasional sebagai upaya untuk dapat menyerap tenaga kerja Indonesia yang seluas-luasnya dengan tetap memperhatikan keseimbangan dan kemajuan antardaerah dalam kesatuan ekonomi nasional;

- b. menjamin setiap warga negara memperoleh pekerjaan, serta mendapat imbalan dan perlakuan yang adil dan layak dalam hubungan kerja; melakukan penyesuaian berbagai aspek pengaturan yang berkaitan dengan keberpihakan, penguatan, dan perlindungan bagi koperasi dan UMKM serta industri nasional; dan
- c. melakukan penyesuaian berbagai aspek pengaturan yang berkaitan dengan peningkatan ekosistem investasi, kemudahan dan percepatan proyek strategis nasional yang berorientasi pada kepentingan nasional yang berlandaskan pada ilmu pengetahuan dan teknologi nasional dengan berpedoman pada haluan ideologi Pancasila. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, diperlukan adanya:
  1. peningkatan ekosistem investasi dan kegiatan berusaha;
  2. ketenagakerjaan;
  3. kemudahan, perlindungan, serta pemberdayaan koperasi dan UMKM;
  4. kemudahan berusaha;
  5. dukungan riset dan inovasi;
  6. pengadaan tanah;
  7. kawasan ekonomi;

8. investasi Pemerintah Pusat dan percepatan proyek strategis nasional;
9. pelaksanaan administrasi pemerintahan; dan
10. pengenaan sanksi.

## **BAB IV**

### **LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS**

#### **A. Landasan Filosofis**

Landasan filosofis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa Peraturan Daerah yang dibentuk mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan cita hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Paragraf keempat Pembukaan UUD NRI 1945 memberikan arah, tujuan, dan cita-cita luhur bangsa Indonesia, yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial. Untuk mewujudkan tujuan tersebut dibentuklah Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan mendasarkan pada Pancasila sebagai pandangan hidup dan filosofi bangsa. Tujuan dan cita-cita luhur bangsa tersebut menjadi landasan konstitusional yang harus tercermin dalam seluruh aspek penyelenggaraan pemerintahan negara Indonesia,

Fungsi penyelenggaraan negara dilaksanakan secara bersama-sama antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dalam satu kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Hal ini dapat dipahami karena negara Indonesia dibagi atas daerah provinsi yang terbagi atas daerah kabupaten dan kota, yang tiap-tiap

provinsi, kabupaten, dan kota tersebut mempunyai pemerintahan daerah. Pemerintahan daerah mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Penyelenggaraan pemerintahan daerah sebagai sub-sistem pemerintahan negara dimaksudkan untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan itu sendiri

Pembangunan sosial ekonomi sebagai salah satu pelaksanaan kebijakan pembangunan nasional telah menghasilkan banyak kemajuan, diantaranya telah meningkatkan kesejahteraan rakyat. Kesejahteraan tersebut harus dapat dinikmati secara berkelanjutan, adil, dan merata menjangkau seluruh rakyat. Selain itu Negara memiliki tanggung jawab untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, untuk itu setiap orang berhak atas hak ekonomi yang juga tidak mengabaikan ketertiban, keamanan, kenyamanan dan keindahan suatu tatanan lingkungan.

Pengaturan mengenai keberadaan reklame juga merupakan salah satu bentuk kepedulian negara atau pemerintah daerah khususnya, akan hak masyarakat untuk memajukan perekonomiannya melalui pengenalan produk-produknya ke masyarakat, maupun reklame lain yang bertujuan untuk mengenalkan suatu informasi ataupun produk konsumsi kepada masyarakat yang berasal dari swasta, masyarakat individu, instansi maupun Lembaga lainnya sudah seharusnya tidak mengganggu keamanan dan ketertiban lingkungan. Pengaturan mengenai penyelenggaraan reklame menjadi salah satu upaya untuk memberikan kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi masyarakat di Kabupaten



Paser baik sebagai menerima informasi melalui reklame, ataupun yang memanfaatkan reklame sebagai cara untuk mengenalkan produk atau memberikan informasi kepada masyarakat luas.

Penyelenggaraan reklame berkaitan dengan bahwa setiap orang berhak atas rasa aman dan tertib. Selain itu, pelaksanaan hak warga negara untuk memperoleh informasi sebagai salah satu elemen dalam pengembangan perekonomian dan memberikan manfaat bagi pembangunan daerah yang berkelanjutan untuk meningkatkan martabat dan mengembangkan dirinya secara utuh sebagai manusia yang bermartabat dalam rangka mewujudkan masyarakat adil, makmur dan sejahtera sesuai amanat Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

## **B. Landasan Sosiologis**

Landasan sosiologis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa Peraturan Daerah yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek. Landasan sosiologis sesungguhnya menyangkut fakta empiris mengenai perkembangan masalah dan kebutuhan masyarakat dan negara.

Dalam kondisi yang demikian inilah, maka peraturan perundang-undangan tidak mungkin dilepaskan dari gejala sosial yang ada di dalam masyarakat. Oleh sebab itu agar diperoleh suatu pengaturan (melalui produk hukum) yang komprehensif dan integral, maka dalam membentuk suatu peraturan perundang-undangan persoalan-persoalan yang ada di dalam masyarakat dari bidang politik sampai dengan bidang sosial budaya harus menjadi pertimbangan utama. Sehingga pada akhirnya penerapan terhadap peraturan perundang-undangan

tersebut tidak begitu banyak memerlukan penerahan institusi kekuasaan untuk melaksanakannya.<sup>23</sup>

Sehubungan dengan hal ini Soerjono Soekanto dan Purnadi Purbacaraka mengemukakan landasan teoritis sebagai dasar sosiologis berlakunya suatu kaidah hukum (termasuk peraturan perundang-undangan), yaitu :

1. Teori Kekuasaan (*Machttheorie*) secara sosiologis kaidah hukum berlaku karena paksaan penguasa, terlepas diterima atau tidak diterima oleh masyarakat.
2. Teori Pengakuan (*Annerkennungstheorie*). Kaidah hukum berlaku berdasarkan penerimaan dari masyarakat tempat hukum itu berlaku.<sup>24</sup>

Pembentukan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame ditujukan untuk memberikan perlindungan bagi para pengguna manfaat pemasangan reklame baik dari sektor swasta dan masyarakat umum serta pemerintah daerah agar dalam memasang reklame tidak mengganggu keamanan, nyaman maupun ketertiban masyarakat. Pemasang reklame juga memiliki rasa aman, nyaman dalam memasang reklame yang berizin. Pemerintah daerah pun juga akan lebih mudah dalam melakukan penataan atas keberadaan reklame agar tetap memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat tanpa merusak estetika tata kota. Pembentukan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame memperhatikan kearifan lokal dalam batasan yang jelas dan normatif untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta untuk mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat Kabupaten Paser.

---

<sup>23</sup> Bagir Manan, *Dasar-dasar Perundang-undangan Indonesia*, Ind-Hill.Co, Jakarta. 1992, hlm. 16

<sup>24</sup> *Ibid*

Pembentukan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame bagi merupakan upaya Pemerintah Daerah untuk mengoptimalkan cakupan pemasangan reklame yang berada di Kabupaten Paser, terutama pada tempat-tempat atau spot yang memang tepat untuk pemasangan reklame yang berizin. Pembentukan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai pedoman dalam penataan, pemberian izin sekaligus penertiban reklame di Kabupaten Paser.

Landasan Sosiologis ini mengandung arti bahwa setiap pemasang reklame memiliki izin untuk memasang reklame, dan pemerintah daerah mengatur tempat-tempat yang dapat dipasang reklame dan juga tempat-tempat yang tidak boleh dipasang reklame agar tidak mengganggu ketertiban umum.

Perkembangan ekonomi yang pesat dan peningkatan minat kebutuhan reklame diperlukan guna meningkatkan kualitas penyelenggaraan reklame guna mendapatkan optimalisasi dan tercapainya keseimbangan antara aspek etika, aspek estetika, aspek sosial budaya, aspek ketertiban dan keamanan, aspek keselamatan, aspek kepastian hukum, aspek kemanfaatan dan aspek pendapatan untuk penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di Kabupaten Paser. Hal ini dilakukan sebagai upaya menjaga keamanan dan ketertiban serta estetika dalam tata kota di wilayah Kabupaten Paser.

### **C. Landasan Yuridis**

Landasan yuridis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk untuk mengatasi permasalahan hukum atau mengisi kekosongan hukum dengan mempertimbangkan aturan yang

telah ada, yang akan diubah, atau yang akan dicabut guna menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan masyarakat.

Berdasarkan amanat Pasal 18 ayat (6) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia mengakui pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan. Dalam konteks negara kesatuan, pembentukan Pemerintah Kabupaten Paser merupakan dasar keberadaan pemerintahan daerah yang diwujudkan dan didasarkan dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953 tentang Perpanjangan Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan (Lembaran-Negara Tahun 1953 No. 9), Sebagai Undang-Undang sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1965 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Tanah Laut, Daerah Tingkat II Tapin, dan Daerah Tingkat II Tabalong dengan Mengubah Undang-Undang No. 27 Tahun 1959, tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953, tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Di Kalimantan. Dengan demikian, urusan pemerintahan Pusat dan provinsi akan diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Paser sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Pemerintahan Daerah yakni Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah 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.

Peraturan Perundang-undangan yang ada perlu diselaraskan dan sekaligus disinkronisasikan untuk menemukan formulasi hukum yang mampu mengisi kebutuhan hukum di Kabupaten Paser. Kebutuhan hukum yang disesuaikan dengan landasan filosofis dan sosiologis yang dalam hal ini sesuai dengan kearifan lokal Kabupaten Paser.

Peraturan perundang-undangan yang menjadi Landasan Pembuatan Raperda tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai berikut:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang–Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953 tentang Perpanjangan Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan (Lembaran-Negara Tahun 1953 No. 9), Sebagai Undang-Undang (Lembaran Negara Tahun 1959 Nomor 72, Tambahan Lembaran Negara Nomor 1820) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1965 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Tanah Laut, Daerah Tingkat II Tapin, dan Daerah Tingkat II Tabalong dengan Mengubah Undang-Undang No. 27 Tahun 1959, tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953, tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Di Kalimantan (Lembaran Negara Tahun 1965 Nomor 51, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2756);
3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4247);

4. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4441);
5. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);
6. 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);
7. 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) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801);
8. 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);
9. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan;
  10. Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha di Daerah (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 16 Tambahan Lembaran Negara Nomor 6618);
  11. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2021 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 2 Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 31 Tambahan Lembaran Negara Nomor 6633);
  12. Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 31 Tambahan Lembaran Negara Nomor 6633);
  13. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 157);

Dengan demikian untuk Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame ini berpedoman pada ketentuan peraturan

perundang-undangan dan disesuaikan dengan kondisi kearifan lokal di Kabupaten Paser.



## **BAB V**

### **JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH**

#### **A. Jangkauan dan Arah Pengaturan**

Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah menyebutkan pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.<sup>25</sup>

Landasan hukum dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah adalah Pasal 18 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berbunyi sebagai berikut:

- (1) Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah propinsi dan daerah propinsi itu dibagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap propinsi, kabupaten, dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah, yang diatur dengan undang-undang.
- (2) Pemerintahan daerah propinsi, daerah kabupaten, dan kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan.

---

<sup>25</sup>Lihat Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

- (3) Pemerintahan daerah propinsi, daerah kabupaten, dan kota memiliki Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang anggota-anggotanya dipilih melalui pemilihan umum.
- (4) Gubernur, Bupati, dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah propinsi, kabupaten, dan kota dipilih secara demokratis.
- (5) Pemerintahan daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintahan yang oleh undang-undang ditentukan sebagai urusan Pemerintah.
- (6) Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan.
- (7) Susunan dan tata cara penyelenggaraan pemerintahan daerah diatur dalam undang-undang.

Dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah sesuai amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, pemerintah daerah berwenang mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Hal tersebut diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip demokrasi, pemerataan, keadilan, keistimewaan dan kekhususan suatu daerah, sehingga penyusunan Rancangan Peraturan Daerah merupakan salah satu perwujudan pelaksanaan otonomi daerah.

## **B. Materi dan Ruang Lingkup**

Ruang lingkup materi muatan Rancangan Peraturan Daerah adalah sebagai

berikut:

### **1. Ketentuan Umum**

Ketentuan umum memuat rumusan akademik mengenai pengertian istilah, dan frasa yang terdiri atas:

- a. Daerah adalah Kabupaten Paser;
- b. Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan Pemerintahan oleh Pemerintah Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menurut asas Otonomi dan Tugas Pembantuan dengan prinsip otonomi seluas- luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- c. Pemerintah Daerah adalah Bupati sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom Kabupaten Paser;
- d. Bupati adalah Bupati Paser;
- e. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Bupati dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah;
- f. Pejabat yang ditunjuk adalah pejabat instansi yang berwenang dalam penyelenggaraan Reklame sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-undangan;

- g. 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;
- h. Penyelenggaraan Reklame adalah rangkaian kegiatan Pemerintah Daerah yang meliputi perencanaan, pengaturan, jenis, perizinan, pengawasan, pengendalian, dan penertiban Reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang wilayah kota yang terarah untuk kepentingan umum, serta kegiatan orang perseorangan atau badan dalam mengadakan, meletakkan, menempatkan, memasang reklame di wilayah Daerah.
- i. Penataan Reklame adalah kegiatan untuk mengatur tata cara penyelenggaraan Reklame guna mencapai optimalisasi ruang kota.
- j. Pengendalian adalah upaya menjaga sebuah kawasan atau area peruntukan Reklame agar tetap terjamin keamanan, kenyamanan, keselamatan, ketertiban dan keindahan;
- k. Bangun bangunan Reklame adalah Reklame yang terdiri dari seluruh bidang Reklame, berikut komponen struktur yang menyangganya;
- l. Titik Reklame adalah titik tempat Reklame didirikan atau ditempatkan pada suatu lokasi tertentu;
- m. Pemanfaatan titik Reklame adalah pemanfaatan lahan atas penyelenggaraan Reklame yang dimiliki dan/atau dikuasai dan/atau dikelola oleh Pemerintah

Daerah;

- n. Nilai strategis titik Reklame yang selanjutnya disebut nilai strategis adalah suatu nilai yang dinyatakan atas dasar perletakan titik Reklame pada lokasi, kelas jalan/zona, ketinggian, luas bidang Reklame dan jumlah sisi;
- o. Standar Reklame adalah jenis, ukuran luas, ketinggian, bentuk dan konstruksi bangunan Reklame termasuk ornamen-ornamen yang dapat dipasang di masing-masing titik lokasi Reklame;
- p. Prasarana Kota adalah tanah atau bangunan yang dimiliki dan/atau dikuasai dan/atau dikelola oleh Pemerintah Daerah;
- q. Perletakan Reklame adalah tempat tertentu dimana titik Reklame ditempatkan;
- r. Rencana Induk Reklame adalah dokumen perencanaan umum penataan Reklame;
- s. 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, badan usaha milik daerah atau badan usaha milik desa, dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik;
- t. Izin Penyelenggaraan Reklame adalah izin yang diterbitkan Wali Kota atau

- pejabat yang ditunjuk dan diberikan kepada Penyelenggara Reklame yang menyatakan bahwa reklame yang diselenggarakan sah/legal;
- u. Pemeriksaan adalah serangkaian kegiatan untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data atau keterangan lainnya dalam rangka pengawasan kepatuhan, pemenuhan kewajiban berdasarkan peraturan perundang-undangan;
  - v. Penyidikan adalah serangkaian tindakan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Daerah dalam hal dan menurut cara yang diatur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk mencari serta mengumpulkan barang bukti, yang dengan barang bukti itu membuat terang pelanggaran yang terjadi dan guna menemukan tersangkanya.
  - w. Penyidik adalah Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia atau Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu yang diberi wewenang khusus oleh Undang-undang untuk melakukan penyidikan;
  - x. Penyidik Pegawai Negeri Sipil Daerah yang selanjutnya disingkat PPNSD adalah Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan Pemerintah Daerah yang diberi wewenang khusus oleh Undang-Undang untuk melakukan penyidikan terhadap pelanggaran Peraturan Daerah.

## **2. Ruang Lingkup yang akan diatur dalam batang tubuh**

### **a. Asas**

Asas dalam Rancangan Peraturan Daerah ini meliputi:

1. kemanfaatan;
2. keadilan;

3. kepastian hukum; dan
4. pemberdayaan perekonomian dan kemampuan masyarakat yang berkelanjutan.

**b. Maksud**

Peraturan Daerah ini dimaksudkan sebagai pedoman dalam Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Paser.

**c. Tujuan**

Peraturan Daerah ini bertujuan untuk:

1. mengoptimalkan tata ruang kota dengan memperhatikan estetika dan sosial budaya;
2. mewujudkan ketertiban, keamanan, keselamatan dan kepastian hukum dengan menerapkan standarisasi reklame;
3. melindungi, mengendalikan dan melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame; dan
4. meningkatkan pendapatan asli Daerah.

**d. Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Pemerintah Daerah**

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Pemerintah Daerah dalam penyelenggaraan reklame akan diatur dalam Bab ini.

**e. Perencanaan**

Perencanaan dalam penyelenggaraan reklame diatur dalam Bab tentang Perencanaan.

**f. Jenis Reklame**

Jenis-jenis reklame yang masuk kategori pengaturan dalam Peraturan Daerah ini akan dijabarkan dalam Bab yang mengatur mengenai jenis reklame.

**g. Penyelenggara Reklame**

Penyelenggara reklame yang menjadi salah satu subyek pengaturan dalam Perda ini akan diatur dengan lebih jelas dan detail dalam Bab tentang Penyelenggara Reklame.

**h. Perizinan**

Perizinan yang diatur dalam Perda ini pada prinsipnya mengatur bahwa Setiap orang atau Badan yang menyelenggarakan Reklame wajib memperoleh izin dari Bupati.

**i. Materi Naskah Reklame**

Bab ini akan mengatur bahwa naskah reklame harus memperhatikan norma agama dan nilai kebhinnekaan, keindahan, kesopanan, ketertiban umum, dalam penyajian naskah Reklame

**j. Larangan**

Bab ini akan memuat tentang larangan bagi Pemegang Izin atau Penyelenggara Reklame dalam pemasangan reklame, berikut tempat pemasangannya dan adanya pengecualian.

**k. Peran Serta Masyarakat**

Bab ini akan mengatur mengenai peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan reklame, bentuk dan jenis partisipasi apa saja yang dapat dilakukan, akan dimuat dalam Bab ini.

**l. Sistem Informasi Penyelenggaraan Reklame**



Pengaturan mengenai Sistem informasi Penyelenggaraan Reklame dilaksanakan oleh Perangkat Daerah akan diatur secara komprehensif dalam bab ini.

**m. Penataan, Pengawasan Dan Penertiban**

Penataan, pengawasan dan penertiban atas penyelenggaraan reklame di Kabupaten Paser akan diatur dengan lebih jelas dalam Bab ini.

**n. Pembiayaan**

Bab ini memuat pengaturan mengenai sumber pembiayaan dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Paser.

**o. Ketentuan Penyidikan**

Bab ini akan mengatur pelaksanaan atau mekanisme penyidikan bagi pelanggaran terhadap ketentuan penyelenggaraan reklame sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Perda ini.

**p. Sanksi Pidana**

Sanksi pidana akan dikenakan kepada subjek yang melakukan pelanggaran pidana sebagaimana diatur dalam ketentuan Perda ini.

**q. Ketentuan Penutup**

Memuat pengaturan mengenai waktu berlakunya peraturan daerah.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Dalam Bab Penutup ini akan dikemukakan kesimpulan dan saran-saran secara berturut-turut berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya.

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pemaparan sebagaimana pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame yang akan dibentuk melalui naskah akademik ini merupakan upaya untuk menciptakan kepastian hukum dan tertib administrasi.
2. Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame merupakan wujud komitmen dan konsistensi Pemerintahan Daerah Kabupaten Paser dalam memenuhi hak masyarakat atas ketertiban dan keamanan serta kepastian hukum dalam memberikan perizinan atas keberadaan reklame di Kabupaten Paser .
3. Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame secara fungsional

merupakan instrumen yang dapat memberikan pedoman bagi Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan di Kabupaten Paser dalam rangka penyelenggaraan reklame.

4. Di dalam Rancangan Peraturan Daerah yang akan dibentuk ini masih terbuka ruang untuk memperkaya materi muatan yang bersifat lokal sekaligus merepresentasikan ‘peran serta’ masyarakat secara aspiratif sebagai basis sosial tempat produk hukum ini diterapkan.

## **B. Saran**

Untuk mendukung realisasi rencana pembentukan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Mengingat materi muatan dalam Raperda ini terdapat materi muatan bersifat teknis diharapkan penyusunan materi muatan dilakukan secara detail dan komprehensif dengan melibatkan perangkat daerah terkait sehingga dapat dipahami dan diimplementasikan dengan baik oleh para pihak yang berkepentingan.
2. Perlu segera dilakukan pembahasan draft Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame antara Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Paser dan Pemerintah Daerah dengan melibatkan pihak terkait.
3. Perlu dilakukan uji publik terhadap draft Rancangan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame untuk mendapatkan saran/masukan dari masyarakat khususnya para pihak yang terkait.
4. Sesuai dengan analisa sinkronisasi terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan maka judul dalam Raperda ini disarankan menjadi Penyelenggaraan Reklame.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Adriani, P.J.A, 2009 waluyo. akuntansi pajak. Jakarta penerbit: Salemba Empat.

Mardiasmo. 2011. Perpajakan Edisi Revisi 2011. Yogyakarta : Andi.

Muchamad Suyanto. 2004. Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan, Yogyakarta: Andi Offset CV.

Putra,Windhu. 2018. Tata Kelola Ekonomi Keuangan Daerah. PT Rajagrafindo.

Siahaan, Marihot P. 2016. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.

Suko Wiyono, 2006, Otonomi Daerah Dalam Negara Hukum Indonesia, Pembentukan Peraturan Daerah Partisipatif, Faza Media, Jakarta.

Yoyo Sudaryo, Devyanthi Sjarif, dan Nunung Ayu Sofiati. 2017. Keuangan di Era Otonomi Daerah. Yogyakarta: Andi Offset.

### KARYA ILMIAH/JURNAL

Bhenyamin Hoesein, 2001, Pembagian Kewenangan Antara Pusat dan Daerah, Artikel Pusat Pengembangan Otonomi Daerah, Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya, Malang

Kabul Setio Utomo, Sudarmo, Didik G. Suharto, Analisis Good Governance Dalam Pengelolaan Keuangan Desa, Spirit Publik, Volume 13, Nomor 1, April 2018

Mario Julyano dan Aditya Yuli Sulistyawan, Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum, Jurnal Crepido, Volume 01, Nomor 01, Juli 2019

R. Tony Prayogo, Penerapan Asas Kepastian Hukum Dalam Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Hak Uji Materiil Dan Dalam Peraturan Mahkamah Konstitusi Nomor 06/PMK/2005 tentang Pedoman Beracara Dalam Pengujian Undang- Undang, Jurnal Legislasi Indonesia, Vol. 13 No. 02 - Juni 2016

Subadi, 2008, Hak Menguasai Negara Atas Tanah Untuk Sebesar Besarnya Kemakmuran Rakyat (Studi Penguasaan dan Pendayagunaan Tanah Kawasan Hutan di Jawa), Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Brwijaya, Malang

## **PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang–Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953 tentang Perpanjangan Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan (Lembaran-Negara Tahun 1953 No. 9), Sebagai Undang-Undang (Lembaran Negara Tahun 1959 Nomor 72, Tambahan Lembaran Negara Nomor 1820) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1965 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Tanah Laut, Daerah Tingkat II Tapin, dan Daerah Tingkat II Tabalong dengan Mengubah Undang-Undang No. 27 Tahun 1959, tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953, tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Di Kalimantan (Lembaran Negara Tahun 1965 Nomor 51, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2756)

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4247)

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4441)

Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725)

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)

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) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801)

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)

Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan

Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha di Daerah (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 16 Tambahan Lembaran Negara Nomor 6618)

Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2021 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 2 Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 31 Tambahan Lembaran Negara Nomor 6633)

Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Tahun 2021 Nomor 31 Tambahan Lembaran Negara Nomor 6633)

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 157)



BUPATI PASER  
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

RANCANGAN

PERATURAN DAERAH KABUPATEN PASER  
NOMOR ..... TAHUN .....

TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA BUPATI PASER,



- Menimbang :
- a. bahwa penyelenggaraan reklame merupakan perwujudan pelaksanaan hak warga negara untuk memperoleh informasi sebagai salah satu elemen dalam pengembangan perekonomian dan memberikan manfaat bagi pembangunan daerah yang berkelanjutan;
  - b. bahwa dengan adanya perkembangan ekonomi yang pesat dan peningkatan minat kebutuhan reklame dan kualitas penyelenggaraan reklame untuk optimalisasi dan tercapainya keseimbangan antara aspek etika, aspek estetika, aspek sosial budaya, aspek ketertiban dan keamanan, aspek keselamatan, aspek kepastian hukum, aspek kemanfaatan dan aspek pendapatan untuk penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di Kabupaten Paser;
  - c. bahwa untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam menciptakan ketertiban, keamanan sekaligus penenuhan hak masyarakat dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Paser perlu diatur dalam suatu Peraturan Daerah;
  - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame;

- Mengingat : 1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953 tentang Perpanjangan Pembentukan Daerah Tingkat II di Kalimantan (Lembaran-Negara Tahun 1953 No. 9), Sebagai Undang-Undang (Lembaran Negara Tahun 1959 Nomor 72, Tambahan Lembaran Negara Nomor 1820) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1965 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Tanah Laut, Daerah Tingkat II Tapin, dan Daerah Tingkat II Tabalong dengan Mengubah Undang-Undang No. 27 Tahun 1959, tentang Penetapan Undang-Undang Darurat No. 3 Tahun 1953, tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Di Kalimantan (Lembaran Negara Tahun 1965 Nomor 51, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2756);
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah 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);

Dengan Persetujuan Bersama

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KABUPATEN PASER

dan

BUPATI PASER

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN DAERAH TENTANG PENYELENGGARAAN  
REKLAME.

## BAB I KETENTUAN UMUM

### Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kabupaten Paser.
2. Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan Urusan Pemerintahan oleh Pemerintah Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah menurut asas Otonomi dan Tugas Pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
3. Pemerintah Daerah adalah Bupati sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom Kabupaten Paser.
4. Bupati adalah Bupati Paser.
5. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Bupati dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
6. Pejabat yang ditunjuk adalah pejabat instansi yang berwenang dalam penyelenggaraan Reklame sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.
7. 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.
8. Penyelenggaraan Reklame adalah rangkaian kegiatan Pemerintah Daerah yang meliputi perencanaan, pengaturan, jenis, perizinan, pengawasan, pengendalian, dan penertiban Reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang wilayah kota yang terarah untuk kepentingan umum, serta kegiatan orang perseorangan

atau badan dalam mengadakan, meletakkan, menempatkan, memasang reklame di wilayah Daerah.

9. Penataan Reklame adalah kegiatan untuk mengatur tata cara penyelenggaraan Reklame guna mencapai optimalisasi ruang kota.
10. Pengendalian adalah upaya menjaga sebuah kawasan atau area peruntukan Reklame agar tetap terjamin keamanan, kenyamanan, keselamatan, ketertiban dan keindahan.
11. Bangun Bangunan Reklame adalah Reklame yang terdiri dari seluruh bidang Reklame, berikut komponen struktur yang menyangganya.
12. Titik Reklame adalah titik tempat Reklame didirikan atau ditempatkan pada suatu lokasi tertentu.
13. Pemanfaatan titik Reklame adalah pemanfaatan lahan atas penyelenggaraan Reklame yang dimiliki dan/atau dikuasai dan/atau dikelola oleh Pemerintah Daerah.
14. Nilai strategis titik Reklame yang selanjutnya disebut nilai strategis adalah suatu nilai yang dinyatakan atas dasar perletakan titik Reklame pada lokasi, kelas jalan/zona, ketinggian, luas bidang Reklame dan jumlah sisi.
15. Standar Reklame adalah jenis, ukuran luas, ketinggian, bentuk dan konstruksi bangunan Reklame termasuk ornamen-ornamen yang dapat dipasang di masing-masing titik lokasi Reklame.
16. Prasarana Kota adalah tanah atau bangunan yang dimiliki dan/atau dikuasai dan/atau dikelola oleh Pemerintah Daerah.
17. Perletakan Reklame adalah tempat tertentu dimana titik Reklame ditempatkan.
18. Rencana Induk Reklame adalah dokumen perencanaan umum penataan Reklame.
19. 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, badan usaha milik

daerah atau badan usaha milik desa, dengan nama dan dalam bentuk apapun, 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.

20. Izin Penyelenggaraan Reklame adalah izin yang diterbitkan Bupati atau pejabat yang ditunjuk dan diberikan kepada Penyelenggara Reklame yang menyatakan bahwa reklame yang diselenggarakan sah/legal.
21. Pemeriksaan adalah serangkaian kegiatan untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data atau keterangan lainnya dalam rangka pengawasan kepatuhan, pemenuhan kewajiban berdasarkan peraturan perundang-undangan.
22. Penyidikan adalah serangkaian tindakan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Daerah dalam hal dan menurut cara yang diatur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk mencari serta mengumpulkan barang bukti, yang dengan barang bukti itu membuat terang pelanggaran yang terjadi dan guna menemukan tersangkanya.
23. Penyidik adalah Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia atau Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu yang diberi wewenang khusus oleh Undang-undang untuk melakukan penyidikan.
24. Penyidik Pegawai Negeri Sipil Daerah yang selanjutnya disingkat PPNSD adalah Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan Pemerintah Daerah yang diberi wewenang khusus oleh Undang-Undang untuk melakukan penyidikan terhadap pelanggaran Peraturan Daerah.

## Pasal 2

Penyelenggaraan reklame berdasarkan atas asas:

- a. kemanfaatan;
- b. keadilan;
- c. kepastian hukum; dan
- d. pemberdayaan perekonomian dan kemampuan masyarakat yang berkelanjutan.

### Pasal 3

Peraturan Daerah ini dimaksudkan sebagai pedoman bagi Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan Reklame di Daerah.

### Pasal 4

Peraturan Daerah ini bertujuan untuk:

- a. mengoptimalkan tata ruang kota dengan memperhatikan estetika dan sosial budaya;
- b. mewujudkan ketertiban, keamanan, keselamatan dan kepastian hukum dengan menerapkan standarisasi reklame;
- c. melindungi, mengendalikan dan melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame; dan
- d. meningkatkan pendapatan asli Daerah.

## BAB II

### TUGAS, WEWENANG DAN TANGGUNG JAWAB PEMERINTAH DAERAH

#### Bagian Kesatu

#### Tugas

### Pasal 5

Pemerintah Daerah bertugas menjamin terlaksananya Penyelenggaraan Reklame.

### Pasal 6

Tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 meliputi:

- a. melakukan pengaturan Penyelenggaraan Reklame;
- b. melakukan penataan Reklame; dan
- c. melakukan pengelolaan pendapatan di bidang Reklame.

Bagian Kedua  
Wewenang dan Tanggung Jawab

Pasal 7

Dalam melaksanakan Penyelenggaraan Reklame, Pemerintah Daerah mempunyai wewenang dan tanggung jawab meliputi:

- a. menetapkan kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Daerah;
- b. menetapkan lokasi dan titik Reklame;
- c. mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyajikan, menyimpan dan menyebarluaskan informasi Penyelenggaraan Reklame;
- d. melaksanakan pengadaan sarana dan prasarana di bidang Reklame;
- e. menerbitkan izin penyelenggaraan Reklame; dan
- f. memungut pajak dan/atau retribusi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB III  
PERENCANAAN

Bagian Kesatu  
Umum

Pasal 8

- (1) Untuk perencanaan Reklame, Pemerintah Daerah menyusun dokumen rencana induk Reklame.
- (2) Rencana induk Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun berdasarkan hasil pendataan, pemetaan, rencana penataan dan penetapan titik reklame dengan memperhatikan aspek:
  - a. norma dan etika;
  - b. estetika kota;
  - c. sosial budaya;
  - d. ketertiban dan keamanan;
  - e. keselamatan;
  - f. kepastian hukum;
  - g. kemanfaatan;
  - h. rencana tata ruang; dan
  - i. pendapatan.
- (3) Rencana induk Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah dan ditetapkan dengan Peraturan Bupati.



## Bagian Kedua

### Kawasan Reklame Pola Penyebaran Perletakan Reklame

#### Pasal 9

- (1) Pola penyebaran perletakan Reklame didasarkan pada wilayah terdiri dari kawasan:
  - a. peruntukan Reklame;
  - b. Reklame terbatas; dan
  - c. tanpa Reklame.
- (2) Penentuan kawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berdasarkan:
  - a. peruntukan lahan sesuai rencana tata ruang;
  - b. fungsi bangunan;
  - c. zona jalan;
  - d. simpangan jalan; atau
  - e. status tanah.
- (3) Kawasan peruntukan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a merupakan Kawasan yang terbuka bagi pemasangan Reklame.
- (4) Kawasan Reklame terbatas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b merupakan Kawasan yang diperkenankan untuk pemasangan reklame dengan mempertimbangkan peletakan Reklame dan standar Reklame
- (5) Kawasan tanpa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c meliputi:
  - a. gedung dan/atau halaman kantor pemerintahan;
  - b. tempat pendidikan;
  - c. tempat ibadah;
  - d. perlintasan tidak sebidang; dan
  - e. sepanjang ruas jalan kota khusus yang ditetapkan dengan Keputusan Bupati.
- (6) Ketentuan lebih lanjut tentang pola penyebaran perletakan reklame sebagaimana dimaksud ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati.

## Bagian Ketiga

### Perletakan Titik Reklame

#### Pasal 10

- (1) Pola penyebaran perletakan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1), dirinci menjadi titik-titik Reklame.

- (2) Titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terletak:
  - a. pada sarana dan prasarana Kota; dan
  - b. di luar sarana dan prasarana Kota.

#### Pasal 11

- (1) Pola penyebaran perletakan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dan perletakan titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1) paling lama 3 (tiga) tahun dilakukan evaluasi.
- (2) Pola penyebaran perletakan Reklame dan perletakan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan perubahannya diatur dalam Peraturan Bupati.

### Bagian Keempat Pengelolaan Titik Reklame

#### Paragraf 1

#### Pada Sarana dan Prasarana Kota

#### Pasal 12

- (1) Setiap pengelolaan titik Reklame pada sarana dan prasarana Kota dikenakan Retribusi Pemanfaatan Aset.
- (2) Pengelolaan titik Reklame pada sarana dan prasarana Kota yang mempunyai nilai strategis dilakukan melalui lelang secara terbuka dengan penetapan harga dasar lelang titik lokasi Reklame.
- (3) Harga dasar lelang titik lokasi Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berdasarkan lokasi, kelas jalan, frekuensi penggunaan jalan, sudut pandang, ketinggian dan luas Reklame.
- (4) Pengelolaan titik Reklame pada sarana dan prasarana Kota yang tidak mempunyai nilai strategis dilakukan melalui permohonan.
- (5) Apabila terdapat perkembangan pembangunan pada titik Reklame di sarana prasarana Kota yang tidak mempunyai nilai strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (4), titik Reklame diusulkan menjadi titik Reklame yang mempunyai nilai strategis.

- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara lelang, harga dasar lelang, dan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4) diatur dalam Peraturan Bupati.

#### Pasal 13

- (1) Jangka waktu pengelolaan titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (2) ditetapkan dengan Keputusan Bupati.
- (2) Jangka waktu pengelolaan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling lama 3 (tiga) tahun terhitung sejak diterbitkannya izin dan dapat dilakukan lelang lagi.
- (3) Jangka waktu pengelolaan titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (4) paling lama 1 (satu) tahun terhitung sejak diterbitkannya izin dan dapat diperpanjang.

#### Paragraf 2

#### Di Luar Sarana dan Prasarana Kota

#### Pasal 14

- (1) Pemanfaatan titik Reklame di luar sarana dan prasarana Kota didasarkan pada peruntukan kawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) sesuai dengan keberadaan bangunan.
- (2) Jangka waktu pemanfaatan titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling lama 1 (satu) tahun terhitung sejak diterbitkannya izin dan dapat diperpanjang.
- (3) Diluar sarana dan prasarana Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yaitu tanah dan/atau bangunan milik perorangan atau badan di wilayah Daerah.

#### Bagian Kelima

#### Rancang Bangun Bangunan Reklame

#### Pasal 15

- (1) Setiap Reklame harus memenuhi standar keamanan, keselamatan, etika, estetika dan kenyamanan kota serta memperhatikan rancang bangun bangunan Reklame yang beridentitaskan budaya daerah meliputi ukuran/dimensi, konstruksi, warna dan ragam hias konstruksi.

- (2) Rancang Bangun Bangunan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yaitu rancangan bangunan reklame yang terdiri atas seluruh bidang Reklame berikut komponen struktur yang menyangganya.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai rancang bangun Bangunan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati.

#### BAB IV JENIS REKLAME

##### Pasal 16

- (1) Jenis Reklame meliputi:
  - a. Reklame papan;
  - b. Reklame *megatron, videotron, large electronic display (LED)*;
  - c. Reklame kain;
  - d. Reklame selebaran;
  - e. Reklame melekat (*stiker*);
  - f. Reklame berjalan (*mobile*);
  - g. Reklame udara;
  - h. Reklame apung;
  - i. Reklame film/slide;
  - j. Reklame peragaan; dan
  - k. Reklame lainnya.
- (2) Reklame papan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a diselenggarakan dengan ketentuan:
  - a. menempatkan media Reklame pada bidang atau konstruksi Reklame;
  - b. konstruksi Reklame harus kuat menahan beban sendiri dan beban-beban lain yang berpengaruh;
  - c. konstruksi ditanam pada tanah atau menempel pada bangunan dengan memperhitungkan kekuatannya; dan
  - d. konstruksi Reklame tidak boleh mengganggu alat pemberi isyarat lalu lintas, pengguna jalan maupun lalu lintas darat dan udara.

- (3) Penyelenggaraan Reklame megatron, videotron, *electronic display* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dengan ketentuan:
  - a. menempatkan media Reklame pada bidang atau konstruksi Reklame;
  - b. konstruksi Reklame harus kuat menahan beban sendiri dan beban- beban lain yang berpengaruh;
  - c. struktur Reklame harus diperhitungkan kekuatannya; dan
  - d. konstruksi reklame tidak boleh mengganggu alat pemberi isyarat lalu lintas, pengguna jalan maupun lalu lintas darat dan udara.
- (4) Penyelenggaraan Reklame kain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c harus memenuhi ketentuan:
  - a. tidak menempatkan pada bidang atau konstruksi Reklame jenis megatron dan jenis papan;
  - b. tidak melintang di atas jalan;
  - c. materi Reklame bersifat jangka pendek atau mempromosikan suatu kegiatan yang bersifat insidental; dan
  - d. setelah jangka waktu pemasangan Reklame kain berakhir, media Reklame harus dibongkar.
- (5) Penyelenggaraan Reklame selebaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diperbolehkan dengan syarat tidak mengganggu lalu lintas maupun kebersihan lingkungan.
- (6) Penyelenggaraan Reklame melekat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf e hanya diperbolehkan pada bangunan gedung.
- (7) Penyelenggaraan Reklame berjalan (*mobile*) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf f harus sesuai dengan desain dan konstruksi pada kendaraan bermotor.
- (8) Penyelenggaraan Reklame udara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf g harus memenuhi ketentuan:
  - a. untuk Reklame jenis balon tali pengikat balon dan penempatan tabung gas tidak diikatkan pada pohon penghijauan; dan

- b. ketinggian balon udara bergerak harus lebih tinggi dari bangunan pada kawasan yang akan dilintasi.
- (9) Penyelenggaraan Reklame apung sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf h reklame yang diselenggarakan di atas air dengan ketentuan tidak menimbulkan resiko terhadap pencemaran air.
- (10) Penyelenggaraan Reklame *slide* atau Reklame film sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf j diperbolehkan di dalam maupun di luar ruangan dengan ketentuan tidak mengandung unsur Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan, tidak mengandung unsur pornografi, serta memperhatikan etika dan kesopanan.
- (11) Penyelenggaraan Reklame peragaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf k diperbolehkan di dalam maupun di luar ruangan dengan memperhatikan etika dan kesopanan.
- (12) Penyelenggaraan Reklame lainnya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf l yaitu jenis reklame sesuai dengan perkembangan teknologi Reklame.

## BAB V PENYELENGGARA REKLAME

### Bagian Kesatu Umum

#### Pasal 17

- (1) Penyelenggara Reklame meliputi:
  - a. pemilik Reklame atau produk; dan/atau
  - b. pihak ketiga.
- (2) Pemilik Reklame atau produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a merupakan orang pribadi atau badan pemilik Reklame untuk kepentingan diri sendiri.
- (3) Pihak ketiga sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b merupakan orang pribadi atau badan usaha yang bergerak di bidang Reklame untuk dan atas nama pihak lain yang

menjadi tanggungannya, seperti perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame.

#### Bagian Kedua

### Hak dan Kewajiban Penyelenggara Reklame

#### Pasal 18

Setiap Penyelenggara Reklame berhak untuk memperoleh informasi, pelayanan dan izin, serta mengelola titik Reklame.

#### Pasal 19

Penyelenggara Reklame wajib:

- a. memasang himbuan yang bersifat layanan publik Pemerintah Daerah bagi konstruksi Reklame yang belum ada media reklamenya;
- b. membayar pajak Reklame dan/atau retribusi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. menempelkan tanda lunas pajak Reklame dan/atau Retribusi;
- d. mencantumkan nama Penyelenggara Reklame yang dapat dibaca dengan mudah dan jelas serta tidak mengubah, mengganti bentuk dan isi Reklame yang telah diizinkan;
- e. memelihara sarana prasarana yang digunakan untuk Reklame agar selalu berada dalam keadaan baik;
- f. membongkar Reklame beserta bangunan konstruksi setelah berakhirnya izin atau setelah izin dicabut;
- g. menempatkan Reklame di titik yang telah disetujui dalam Izin yang telah diberikan;
- h. menyelenggarakan Reklame dan tidak memindahkan hak penyelenggaraan Reklame kepada pihak lain; dan
- i. menanggung segala bentuk kerugian yang timbul sebagai akibat pemasangan Reklame.

#### Pasal 20

- (1) Setiap penyelenggara Reklame yang melanggar ketentuan Pasal 19 dikenakan sanksi administratif berupa:

- a. teguran tertulis;
  - b. pencabutan izin Penyelenggaraan Reklame;
  - c. pembongkaran dan/atau penurunan Reklame;
  - d. penghentian penyelenggaraan Reklame yang sedang berlangsung; atau
  - e. tidak diperkenankan mengajukan izin pemasangan Reklame baru dan/atau mengikuti pelelangan titik Reklame masing-masing untuk jangka waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal pemberian sanksi administratif.
- (2) Hasil pembongkaran dan/atau penurunan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c menjadi milik Pemerintah Daerah.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengenaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati.

### Bagian Ketiga Kerja sama

#### Pasal 21

Pemerintah Daerah dapat mengadakan kerjasama dengan Penyelenggara Reklame yang akan berpartisipasi dalam pembangunan/renovasi sarana, prasarana dan/atau penunjang kelengkapan kota serta kegiatan resmi Pemerintah Daerah.

### BAB VI PERIZINAN

#### Bagian Kesatu Persyaratan

#### Pasal 22

- (1) Setiap orang atau Badan yang menyelenggarakan Reklame wajib memperoleh izin dari Bupati.



- (2) Izin Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
  - a. penyelenggaraan Reklame permanen; dan
  - b. penyelenggaraan Reklame non permanen.
- (3) Untuk memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (2) Penyelenggara Reklame harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada Bupati melalui Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu.
- (4) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) untuk Reklame permanen dilakukan dengan mengisi surat permohonan izin Penyelenggaraan Reklame dan melampirkan:
  - a. fotokopi kartu tanda penduduk dengan menunjukkan aslinya;
  - b. surat kuasa bermaterai dari pemohon bila pengajuan permohonan dikuasakan pada orang lain;
  - c. sketsa titik lokasi penempatan Reklame;
  - d. desain dan tipologi Reklame;
  - e. foto terbaru rencana lokasi penempatan Reklame;
  - f. perhitungan konstruksi yang ditandatangani oleh penanggung jawab struktur/konstruksi; dan
  - g. tanda terima pengurusan Persetujuan Bangunan Gedung atau Sertifikat Laik Fungsi.
- (5) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) untuk Reklame non permanen dilakukan dengan mengisi surat permohonan izin Penyelenggaraan Reklame dan melampirkan:
  - a. fotokopi kartu tanda penduduk dengan menunjukkan aslinya; dan
  - b. surat kuasa bermaterai dari pemohon bila pengajuan permohonan dikuasakan pada orang lain.

### Pasal 23

Kewajiban memperoleh izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1) tidak berlaku bagi Penyelenggaraan Reklame:

- a. 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. hanya mengenai pemilikan/peruntukan tanah milik sendiri dengan ketentuan ukuran Reklame tidak melebihi  $\frac{1}{4}$  m<sup>2</sup> (satu per empat meter persegi);
- d. nama pengenal usaha profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut dengan luas bidang Reklame tidak melebihi 2 m<sup>2</sup> (dua meter persegi) dan jumlah Reklame yang dipasang tidak melebihi 1 (satu) unit; dan/atau
- e. hanya memuat nama tempat ibadah dan panti asuhan tanpa disertai kepentingan atau muatan komersial.

#### Pasal 24

- (1) Izin Penyelenggaraan Reklame permanen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) huruf a diberikan dengan jangka waktu 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang.
- (2) Perpanjangan Izin Penyelenggaraan Reklame permanen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus diajukan 1 (satu) bulan sebelum masa izin berakhir.

#### Pasal 25

- (1) Izin Penyelenggaraan Reklame nonpermanen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) huruf b diberikan untuk Penyelenggaraan Reklame dengan ketentuan:
  - a. jenis Reklame baliho, Reklame berjalan, Reklame kain dan Reklame peragaan dengan jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari dan dapat diperpanjang; dan
  - b. jenis Reklame selebaran, Reklame melekat, Reklame layar, Reklame film/slide, dan Reklame udara untuk 1 (satu) kali penyelenggaraan.

- (2) Izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b diberikan dalam bentuk pengesahan.

#### Pasal 26

- (1) Izin Penyelenggaraan Reklame diterbitkan setelah pemohon memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22.
- (2) Terhadap permohonan izin Penyelenggaraan Reklame yang diterima secara lengkap sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan memenuhi kajian teknis, Bupati atau Pejabat yang ditunjuk menerbitkan izin Penyelenggaraan Reklame paling lama 6 (enam) hari kerja
- (3) Terhadap permohonan izin yang ditolak, Bupati atau Pejabat yang ditunjuk memberikan alasan yang jelas secara tertulis paling lama 14 (empat belas) hari kerja setelah pemohon mengajukan permohonan Izin Penyelenggaraan Reklame.
- (4) Apabila dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (3) Bupati tidak memberikan jawaban atas permohonan Izin Penyelenggaraan Reklame yang diajukan oleh pemohon, maka permohonan tersebut dianggap diterima.
- (5) Penerbitan izin Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan dalam hal telah dipenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. membayar Pajak Reklame;
  - b. membayar Retribusi Pemanfaatan Aset di dalam sarana dan prasarana kota; dan
  - c. tanda terima pengurusan Persetujuan Bangunan Gedung atau Sertifikat Laik Fungsi.

#### Pasal 27

Izin Penyelenggaraan Reklame tidak dapat dialihkan kepada pihak lain.

### Pasal 28

Masa berlaku pajak Reklame dan Retribusi Pemanfaatan Aset sama dengan masa berlaku Izin Penyelenggaraan Reklame.

### Bagian Kedua Pembatalan dan Pencabutan Izin

#### Pasal 29

- (1) Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1) dibatalkan apabila:
  - a. terdapat perubahan kebijakan Pemerintah dan Pemerintah Daerah; dan/atau
  - b. atas keinginan sendiri penyelenggara Reklame.
- (2) Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1) dicabut apabila:
  - a. terjadi perubahan yang tidak sesuai dengan izin yang telah diterbitkan; dan/atau
  - b. materi Reklame tidak sesuai dengan norma keagamaan, kebhinnekaan, keindahan, kesopanan, ketertiban umum, kesehatan, keamanan, kenyamanan, keselamatan dan lingkungan.

#### Pasal 30

- (1) Terhadap pembatalan izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 ayat (1) huruf a, maka Reklame yang terpasang harus dipindahkan ke lokasi lain untuk sisa waktu yang belum dimanfaatkan.
- (2) Terhadap pembatalan izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 ayat (1) huruf b, kewajiban yang telah dipenuhi dalam perizinan tidak dapat diminta kembali.

#### Pasal 31

- (1) Perpanjangan izin dapat diajukan dalam jangka waktu 1 (satu) bulan sebelum berakhir masa berlakunya.
- (2) Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan pemungutan pajak Daerah dapat

menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Daerah kepada penyelenggara Reklame sebelum masa izinya berakhir.

- (3) Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan pemungutan retribusi Reklame dapat menerbitkan Surat Ketetapan Retribusi Daerah kepada penyelenggara Reklame sebelum masa izinnya berakhir.

### Pasal 32

Ketentuan lebih lanjut mengenai perizinan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 sampai dengan Pasal 31 diatur dalam Peraturan Bupati.

### Bagian Ketiga Sanksi Administratif

### Pasal 33

- (1) Setiap Penyelenggara Reklame yang melanggar ketentuan dalam Pasal 22 ayat (1) dikenakan sanksi administratif dalam bentuk:
  - a. teguran tertulis;
  - b. penghentian penyelenggaraan Reklame yang sedang berlangsung;
  - c. pembongkaran dan/atau penurunan Reklame; dan/atau
  - d. tidak diperkenankan mengajukan izin pemasangan Reklame baru dan/atau mengikuti pelelangan titik Reklame masing-masing untuk jangka waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal pemberian sanksi administratif.
- (2) Hasil pembongkaran dan/atau penurunan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c menjadi milik Pemerintah Daerah.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara dan pelaksanaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Bupati.

## BAB VII MATERI NASKAH REKLAME

### Pasal 34

Setiap penyelenggara Reklame harus menggunakan naskah Reklame yang memperhatikan norma agama dan nilai kebhinnekaan, keindahan, kesopanan, ketertiban umum, dalam penyajian naskah Reklame.

### Pasal 35

- (1) Penyelenggara Reklame dapat merubah materi Reklame, kecuali Reklame yang bersifat non permanen.
- (2) Perubahan materi Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) hanya dapat dilakukan dengan ketentuan:
  - a. dilakukan dalam masa pajak berjalan;
  - b. berukuran sama dan sebangun dengan materi sebelumnya;
  - c. diberitahukan terlebih dahulu secara tertulis; dan/atau
  - d. materi reklame harus satu produk dan/atau satu perusahaan.

## BAB VIII LARANGAN

### Pasal 36

- (1) Pemegang Izin atau Penyelenggara Reklame dilarang:
  - a. memasang Reklame rokok pada Kawasan Tanpa Rokok dan/atau jalan protokol;
  - b. memasang Reklame rokok pada Kawasan sekolah dalam radius 200 (dua ratus) meter dari area keliling pagar sekolah; dan
  - c. memasang Reklame minuman beralkohol.
- (2) Jalan Protokol sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a ditetapkan dengan Keputusan Bupati.
- (3) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b untuk penyelenggaraan Reklame pada kegiatan yang bersifat insidental dengan ketentuan

pemasangan Reklame hanya di lokasi kegiatan sampai pagar batas terluar dengan batasan waktu paling lama 7 (tujuh) hari.

- (4) Penyelenggara Reklame dilarang menempatkan Reklame pada:
- a. tanah milik pemerintah atau Pemerintah Daerah yang digunakan untuk kantor pemerintahan;
  - b. pohon penghijauan/pelindung jalan dan taman kota;
  - c. perlengkapan jalan, tiang listrik, dan tiang telepon;
  - d. lingkungan sarana pendidikan, museum, tempat ibadah dan lingkungan kantor pemerintahan;
  - e. badan sungai dan saluran air;
  - f. jembatan sungai; dan
  - g. kawasan tanpa Reklame

## BAB IX

### PERAN SERTA MASYARAKAT

#### Pasal 37

Masyarakat dapat berperan serta dalam penyelenggaraan Reklame.

#### Pasal 38

- (1) Peran serta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 dapat dilakukan dengan cara:
- a. memberikan masukan, usul, dan/atau saran dalam Penyelenggaraan Reklame;
  - b. melaporkan pelanggaran Peraturan Daerah yang dilakukan oleh Penyelenggara Reklame; atau
  - c. melakukan gugatan perwakilan (*class action*).
- (2) Ketentuan mengenai tata cara pelaksanaan peran serta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b diatur dengan Peraturan Bupati.

## BAB X

### SISTEM INFORMAS PENYELENGGARAAN REKLAME

#### Pasal 39

- (1) Pemerintah Daerah menyelenggarakan sistem informasi Penyelenggaraan Reklame.
- (2) Sistem informasi Penyelenggaraan Reklame dilaksanakan oleh Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang pemungutan Pajak dan Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang pemungutan retribusi Reklame.
- (3) Sistem informasi Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) saling terintegrasi sebagai sarana pengiriman informasi elektronik dan dokumen elektronik.
- (4) Informasi elektronik dan dokumen elektronik serta hasil cetaknya merupakan alat bukti pembayaran penyelenggaraan Reklame yang sah.
- (5) Ketentuan lebih lanjut tentang sistem informasi Penyelenggaraan Reklame diatur dalam Peraturan Bupati.



## BAB XI PENATAAN, PENGAWASAN DAN PENERTIBAN

### Bagian Kesatu Penataan Reklame

#### Pasal 40

- (1) Penataan Reklame dilaksanakan berdasarkan aspek tata ruang kota, lingkungan hidup, estetika kota, keselamatan dan keamanan, serta kelayakan konstruksi.
- (2) Penataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Tim Penataan Reklame yang ditetapkan dengan Keputusan Bupati.
- (3) Ketentuan mengenai tata cara penataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam Peraturan Bupati.

### Bagian Kedua Pengawasan

#### Pasal 41

- (1) Bupati melakukan pengawasan Penyelenggaraan Reklame.
- (2) Pengawasan Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) didelegasikan kepala Perangkat Daerah terkait sesuai dengan tugas dan fungsinya.
- (3) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam Peraturan Bupati.

### Bagian Ketiga Penertiban

#### Pasal 42

- (1) Penertiban Reklame dilakukan terhadap setiap Penyelenggaraan Reklame dalam kondisi sebagai berikut:
  - a. tanpa Izin Penyelenggaraan Reklame;
  - b. telah berakhir masa izin Penyelenggaraan Reklame;

- c. terdapat perubahan, sehingga tidak sesuai lagi dengan Izin Penyelenggaraan Reklame yang telah diberikan;
  - d. perletakan, bentuk dan ukuran tidak sesuai dengan Tata Letak Bangunan Reklame;
  - e. tidak sesuai lagi dengan rekomendasi konstruksi Bangunan Reklame; dan/atau
  - f. konstruksi Reklame tidak terawat dengan baik.
- (2) Dalam hal terjadi kondisi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Penyelenggara Reklame wajib membongkar dan menyingkirkan Reklame beserta bangunan Reklame dalam batas waktu paling lama 3 (tiga) kali 24 (dua puluh empat) jam.
- (3) Dalam hal Penyelenggara Reklame tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Bupati berwenang menertibkan Reklame dan selanjutnya menjadi aset Pemerintah Daerah.

#### Pasal 43

- (1) Pelaksanaan penertiban Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41, dilakukan oleh Tim Penertiban Terpadu Penyelenggaraan Reklame yang dibentuk dengan Keputusan Bupati.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penertiban Reklame diatur dalam Peraturan Bupati.

## BAB XII

### PEMBIAYAAN

#### Pasal 44

Pembiayaan Penyelenggaraan Reklame sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah ini bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### BAB XIII KETENTUAN PENYIDIKAN

#### Pasal 45

- (1) Penyidikan atas pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Daerah ini dilakukan oleh PPNSD.
- (2) Wewenang PPNSD sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a. menerima laporan atau pengaduan dari seseorang mengenai adanya dugaan tindak pidana atas pelanggaran Peraturan Daerah;
  - b. melakukan tindakan pertama dan pemeriksaan di tempat kejadian;
  - c. menyuruh berhenti seseorang dan memeriksa tanda pengenal diri tersangka;
  - d. melakukan penyitaan benda atau surat;
  - e. mengambil sidik jari dan memotret seseorang;
  - f. memanggil orang untuk didengar dan diperiksa sebagai saksi atau tersangka;
  - g. mendatangkan saksi ahli yang diperlukan dalam hubungannya dengan pemeriksaan perkara;
  - h. mengadakan penghentian penyidikan setelah mendapat petunjuk dari Penyidik POLRI bahwa tidak terdapat cukup bukti atau peristiwa tersebut bukan merupakan tindak pidana dan selanjutnya melalui Penyidik POLRI memberitahukan hal tersebut pada penuntut umum, tersangka atau keluarganya; dan
  - i. atas kuasa penuntut umum melimpahkan berkas perkara ke pengadilan.

### BAB XIV KETENTUAN PIDANA

#### Pasal 46

- (1) Setiap penyelenggara Reklame yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (1) diancam dengan pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau denda paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

- (2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan pelanggaran.

BAB XV  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 47

Peraturan pelaksanaan dari Peraturan Daerah ini harus ditetapkan paling lama 1 (satu) tahun sejak Peraturan Daerah ini diundangkan.

Pasal 48

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kabupaten Paser.

Ditetapkan di Tanah Grogot  
pada tanggal .....  
BUPATI PASER,

ttd

.....

Diundangkan di Tanah Grogot  
pada tanggal .....  
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN PASER,  
ttd .....

LEMBARAN DAERAH KABUPATEN PASER TAHUN .....NOMOR.....

PENJELASAN  
ATAS  
PERATURAN DAERAH KABUPATEN  
PASER NOMOR ..... TAHUN .....  
TENTANG  
PENYELENGGARAAN REKLAME

I. UMUM

Bahwa keberadaan media iklan luar (*out door*) maupun dalam ruang (*in door*) memiliki posisi yang penting dan strategis khususnya dalam fungsi edukasi maupun sebagai media komunikasi suatu produk kepada publik yang memerlukan pengelolaan dengan mengedepankan prinsip-prinsip kemanfaatan, keindahan, keamanan, kenyamanan, keselamatan dan kepastian hukum. Selain itu upaya untuk meningkatkan kapasitas kelembagaan pengelolaan media iklan diperlukan pengaturan penyelenggaraan media iklan guna mendapatkan obyektivitas dan optimal sehingga tercapai keseimbangan antara aspek etika, aspek estetika kota, aspek sosial budaya, aspek kepastian hukum, aspek kemanfaatan, dan aspek pendapatan untuk penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Kabupaten Paser yang semakin lama semakin berkembang terutama disektor perekonomian, bisnis, komunikasi, informasi dan pemasaran.

Bahwa salah satu upaya untuk menciptakan keindahan, kerapian dan kenyamanan Kabupaten Paser sebagai kota jasa dan perdagangan khususnya, maka perlu adanya penyelenggaraan dan penataan reklame yang sesuai dengan estetika, perkembangan kota, sesuai dengan Rencana Tata Ruang Kota dan menghindari dampak terganggunya lingkungan oleh penyebaran reklame yang tidak beraturan maka diperlukan pengaturan penyelenggaraan reklame yang baik sesuai dengan norma dan peraturan perundang-undangan.

Untuk mewujudkan hal tersebut diatas, perlu adanya koordinasi baik antara Pemerintah Daerah sebagai pemegang kewenangan penyelenggaraan reklame dengan para stakeholders sehingga tercapai keseimbangan antara pembangunan fisik kota dengan Pembangunan ekonomi yang bermanfaat bagi masyarakat. Kewenangan tersebut meliputi penyelenggaraan, perencanaan, perizinan, pengawasan dan pengendalian di bidang reklame. Dengan penyelenggaraan akan dapat terselenggara dengan baik yang pada akhirnya mendukung pembangunan sektor ekonomi dan perdagangan Kabupaten Paser.

## II. PASAL DEMI PASAL

### Pasal 1

#### Angka 1

Cukup jelas.

#### Angka 2

Cukup jelas.

#### Angka 3

Cukup jelas.

#### Angka 4

Cukup jelas.

#### Angka 5

Cukup jelas.

#### Angka 6

Cukup jelas.

#### Angka 7

Termasuk pengertian reklame adalah merek, simbol/logo, perusahaan yang merupakan tanda, inisial atau lambang perusahaan yang tidak dapat dipergunakan oleh setiap perusahaan, sehingga dengan logo tersebut dapat dengan mudah dikenal orang/umum.

#### Angka 8

Cukup jelas.

#### Angka 9

Cukup jelas.

#### Angka 10

Cukup jelas.

#### Angka 11

Cukup jelas.

#### Angka 12

Cukup jelas.

Angka 13

Cukup jelas.

Angka 14

Cukup jelas.

Angka 15

Cukup jelas.

Angka 16

Yang termasuk prasarana kota adalah jalan, saluran, trotoar, jembatan penyeberangan orang, halte, jembatan layang, terowongan, taman, lajur jalur hijau, median dan jembatan penyeberangan multi guna.

Angka 17

Cukup jelas.

Angka 18

Cukup jelas

Angka 19

Cukup jelas

Angka 20

Cukup Jelas

Angka 21

Cukup jelas.

Angka 22

Cukup jelas.

Angka 23

Cukup jelas.

Angka 24

Cukup jelas.

Pasal 2

Huruf a

Yang dimaksud dengan asas manfaat adalah bahwa apapun kebijakan yang dilakukan terkait dengan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Paser haruslah memberikan manfaat baik pelaku reklame, masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan di bidang reklame lainnya.

Huruf b

Yang dimaksud dengan asas adil adalah bahwa dalam penyelenggaraan reklame harus dilakukan dengan memperhatikan rasa keadilan bagi para pihak yang terkait dengan penyelenggaraan reklame serta dilakukan dengan merata.

Huruf c

Yang dimaksud dengan asas kepastian hukum adalah bahwa dalam penyelenggaraan reklame harus dilakukan dengan memberikan adanya kepastian hukum di daerah.

Huruf d

Yang dimaksud dengan asas pemberdayaan perekonomian dan kemampuan masyarakat adalah bahwa kebijakan penyelenggaraan reklame harus dilakukan dalam rangka pemberdayaan dan kemampuan pelaku usaha yang ada saat ini dengan tetap memperhatikan keberlanjutan dari usaha penyelenggara reklame.

Pasal 3

Cukup jelas.

Pasal 4

Cukup jelas.

Pasal 5

Yang dimaksud dengan “menjamin” adalah bahwa Pemerintah Daerah memiliki komitmen/kesungguhan dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan reklame.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Cukup jelas.

Pasal 8



Cukup jelas.

## Pasal 9

### Ayat (1)

#### huruf a

Yang dimaksud dengan kawasan peruntukan reklame adalah kawasan terbuka bagi pemasangan reklame.

#### huruf b

Yang dimaksud dengan kawasan reklame terbatas adalah kawasan yang diperkenankan untuk pemasangan reklame dengan mempertimbangkan perletakan reklame dan standar reklame.

#### huruf c

Yang dimaksud dengan kawasan tanpa reklame adalah kawasan yang tidak diperkenankan untuk pemasangan reklame.

### Ayat (2)

#### huruf a

Peruntukan lahan/kawasan meliputi:

- 1) sempadan sungai yang merupakan kawasan tanpa Reklame;
- 2) ruang terbuka hijau yang merupakan kawasan reklame terbatas;
- 3) pariwisata yang merupakan kawasan reklame terbatas;
- 4) bersejarah yang merupakan kawasan tanpa Reklame.

#### huruf b

Fungsi bangunan meliputi:

- 1) gerbang batas kota yang merupakan kawasan reklame terbatas;
- 2) perdagangan dan jasa yang merupakan kawasan peruntukan Reklame;
- 3) peribadatan yang merupakan kawasan tanpa Reklame;
- 4) pendidikan yang merupakan kawasan tanpa Reklame;

- 5) kesehatan yang merupakan kawasan reklame terbatas;
- 6) perkantoran pemerintahan yang merupakan kawasan tanpa Reklame;
- 7) bangunan cagar budaya yang merupakan kawasan tanpa Reklame;
- 8) jembatan yang merupakan kawasan tanpa Reklame;
- 9) olah raga yang merupakan kawasan reklame terbatas.

huruf c

Zona jalan ditetapkan berdasarkan besaran Nilai Jual Objek Pajak PBB-P2 pada ruas jalan, meliputi:

- 1) Zona A ,
- 2) Zona B,
- 3) Zona C, dan
- 4) Zona D

huruf d

simpangan jalan yang merupakan kawasan reklame terbatas.

huruf e

Status tanah meliputi:

- 1) tanah negara dan/atau tanah pemerintah yang merupakan kawasan reklame terbatas;
- 2) tanah sendiri/pribadi yang merupakan kawasan reklame terbatas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

huruf a

Cukup jelas.

huruf b

yang dimaksud dengan kawasan tanpa reklame tempat pendidikan yaitu berdasarkan radius tertentu yang ditetapkan oleh Bupati

huruf c

Cukup jelas.

huruf d

Perlintasan tidak sebidang meliputi:

- 1) *overpass*,
- 2) *flyover*, dan
- 3) *underpass*

huruf e

Cukup jelas.

Ayat (6)

Cukup jelas.

Pasal 10

Cukup jelas.

Pasal 11

Cukup jelas.

Pasal 12

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Lelang dilaksanakan 2 (dua) bulan sebelum berakhirnya periode lelang sebelumnya. Dalam hal mekanisme lelang dilaksanakan 2 (dua) kali berturut-turut tidak mendapatkan pemenang maka dilakukan mekanisme penunjukan.

Yang dimaksud secara terbuka adalah lelang diikuti oleh perseorangan atau badan yang berasal dari seluruh Indonesia dan harus memenuhi persyaratan sebagai peserta lelang.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Ayat (6)

Cukup jelas.

Pasal 13

Cukup jelas.

Pasal 14

Cukup jelas.

Pasal 15

Cukup jelas.

Pasal 16

Ayat (1)

huruf a

Yang termasuk reklame papan adalah poster *panels*, *kinetic board* atau *mechanical billboard*, *premiere billboard*, *bulletin billboard*, *digital billboard*, *wallscape*, *frame billboard*, *neon box*, *letter timbul*, *neon sign*, *standing signage*, *pylon* atau *company statue*, spanduk atau banner, umbul-umbul, *mobile panel*, jenis mmt papan dan sejenisnya.

huruf b

Cukup jelas.

huruf c

Yang termasuk reklame kain adalah reklame yang berbentuk tenda, krey, spanduk atau banner, umbul-umbul yang terbuat dari kain, karet, karung, plastik dan sejenisnya.

huruf d

Yang termasuk reklame selebaran adalah brosur, *flyer*, *leaflet*, *pamflet* dan sejenisnya.

huruf e

Yang termasuk reklame melekat adalah reklame jenis mmt yang melekat dan sejenisnya.

huruf f

Yang termasuk dalam reklame berjalan adalah reklame yang terdapat pada kereta api, kapal laut, pesawat udara dan kendaraan darat.

huruf g

Termasuk dalam pengertian reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, pesawat terbang atau alat lain yang sejenis.

huruf h

Termasuk dalam pengertian reklame apung adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung di permukaan air.

huruf i

Termasuk dalam pengertian reklame slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan sinar laser atau alat komputer atau cara lain yang sejenis.

huruf j

Cukup jelas.

huruf k

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Ayat (6)

Cukup jelas.

Ayat (7)

Cukup jelas.

Ayat (8)

Cukup jelas.

Ayat (9)

Cukup jelas.

Ayat (10)

Cukup jelas.

Ayat (11)

Cukup jelas.

Ayat (12)

Cukup jelas.

Pasal 17

Cukup jelas.

Pasal 18

Cukup jelas.

Pasal 19

Cukup jelas.

Pasal 20

Cukup jelas.

Pasal 21

Cukup jelas.

Pasal 22

Ayat (1)

Dalam hal ini Pejabat yang ditunjuk adalah Pejabat Perangkat Daerah yang tugas pokok dan fungsinya di bidang perizinan yang memperoleh pendelegasian wewenang dari Bupati.

Ayat (2)

huruf a

Reklame permanen adalah pemasangan reklame di titik strategis atau di titik non strategis yang dilakukan secara permanen dengan jangka waktu paling lama 1 (satu) tahun.

huruf b

Reklame non permanen adalah pemasangan reklame yang dilakukan secara temporer dengan jangka waktu paling lama 1 (satu) bulan atau 1 (satu) kali penyelenggaraan.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

huruf a

Cukup jelas.

huruf b

Cukup jelas.

huruf c

Cukup jelas.

huruf d

Tipologi reklame adalah pengelompokkan fisik Reklame yang meliputi desain, bentuk, ukuran, struktur konstruksi, bahan, media pasang dan warna.

huruf e

Cukup jelas.

huruf f

Cukup jelas.

huruf g

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Cukup jelas.

Pasal 25

Cukup jelas.

Pasal 26

Cukup jelas.

Pasal 27

Cukup jelas.

Pasal 28

Cukup jelas.

Pasal 29

Cukup jelas.

Pasal 30

Cukup jelas.

Pasal 31

Cukup jelas.

Pasal 32

Cukup jelas.

Pasal 33

Cukup jelas.

Pasal 34

Cukup jelas.

Pasal 35

Cukup jelas.

Pasal 36

Ayat (1)

huruf a

Yang dimaksud Kawasan Tanpa Rokok adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan Merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan, dan/atau mempromosikan Produk Tembakau.



Yang dimaksud jalan protokol adalah jalan utama atau jalan yang menjadi pusat keramaian lalu lintas.

huruf b

Cukup jelas.

huruf c

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 37

Cukup jelas.

Pasal 38

Cukup jelas.

Pasal 39

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Penataan dilakukan oleh Perangkat Daerah bersama dengan Tim yang dibentuk oleh Bupati.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 40

Cukup jelas.

Pasal 41

Cukup Jelas.

Pasal 42

Cukup jelas.

Pasal 43

Cukup jelas.

Pasal 44

Cukup jelas.

Pasal 45

Cukup jelas.

Pasal 46

Cukup jelas.

Pasal 47

Cukup jelas.

Pasal 48

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KABUPATEN PASER NOMOR .....