



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Kompas	Sindo	Tempo
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		Indopos	Pos Kota	Warta Kota

Kebocoran Capai 70 Persen

Pendapatan Reklame Setahun Rp 1 Triliun

JAKARTA—Kebocoran pendapatan dari bisnis reklame di DKI Jakarta disebut-sebut mencapai 70 persen untuk reklame indoor, seperti papan toko di dalam mal atau pusat perbelanjaan. Sedangkan untuk reklame di outdoor seperti yang biasa ditemukan di jalan-jalan ibu kota, kebocorannya sebesar 10 persen.

“Dengan tidak disentuhnya penertiban reklame di kawasan terlarang penyelenggaraan reklame, kami menilai KPK DKI telah dikelabui oleh tim terpadu penertiban reklame,” ujar Ketua Serikat Pekerja Reklame Jakarta (SPRJ) Didi O Affandi, Kamis (24/1).

Didi mengatakan, Pemprov DKI harus tegas pada pelanggaran reklame. Mengingat kebocorannya yang sangat besar. “Seyogyanya pembekuan izin selain nama biro penyelenggara reklame juga disebutkan nomor izin bironya,” kata Didi.

Dikonfirmasi, Pelaksana Tugas (Plt) Kepala BPRD DKI Jakarta Faisal Syaf-ruddin belum menanggapi masalah kebocoran reklame ini. Ia hanya mengatakan, penerimaan pajak di ibu kota bakal digenjot untuk semua sektor. Termasuk reklame dan salah satu sektor yang dinilai Faisal masih bisa dioptimalkan ialah penerimaan pajak dari kendaraan bermotor pemerintah provinsi masih memiliki piutang.

Faisal sendiri menyebutkan seluruh pegawai di lingkungan BPRD DKI Jakarta saat ini bekerja dalam koridor KPI (key performance index). Dalam KPI tersebut, ada sejumlah indikator yang menjadi tolok ukur keberhasilan kinerja. Di antaranya penyampaian surat penagihan pajak, pendataan, dan realisasi dari pencapaian piutang pajak.

“Jadi seluruh pegawai pajak mempunyai tugas untuk menagih piutang pajak yang dulu kami melakukannya hanya melalui surat menyurat, sekarang semuanya turun dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak daerah,” jelas Faisal.

Oleh karena itu, tambah Faisal, penagihan dengan cara door-to-door untuk pajak kendaraan bermotor dan pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan (PBB-P2) dirasa cukup efektif. Dari pengalaman BPRD DKI Jakarta selama ini, pendapatan yang diraih bisa mencapai Rp 300 miliar. “Alhamdulillah, potensinya kemarin kami bisa surplus hampir Rp1 triliun lebih di (penerimaan) pajak PBB-P2,” ungkap Faisal.

Beberapa waktu lalu, Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan menyegel reklame tak mematuhi izin yang berlaku. Total ada 60 reklame yang disegel.

Anies bersama Wakil Ketua KPK Laode M Syarif memulai kegiatan penyegelan di Jalan HR Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan pada Jumat (19/10/2018) silam. Penyegelan dilakukan dengan memasang spanduk berwarna

oranye dengan bertuliskan ‘pelanggar pasti ditindak, dukung jakarta tertib reklame’.

“Pelanggaran-pelanggaran ini berjalan panjang. Bagi Pemprov DKI ada nilai pajak yang besar. Di sisi lain kita juga memperhatikan tata ruang, tata kelola pemerintahan. Penertiban dimulai dengan pemasangan segel di Jalan Rasuna Said, ada 60 yang nanti akan diberikan

segel dan kita beri peringatan lagi kepada pemilik reklame untuk menurunkan bangunan reklamenya,” ujar Anies di Jalan HR Rasuna Said, Kuningan, Jakarta, ketika itu.

Anies memberi peringatan kepada pemilik reklame untuk segera menurunkan bangunan reklame yang terbukti melanggar. Jika tidak diturunkan, Pemprov DKI tidak akan memberi izin pemasangan reklame di Jakarta.

“Kita memberikan peringatan lagi kepada para pemilik reklame ini untuk menurunkan bangunan-bangunan reklamenya. Bila tidak diturunkan, maka konsekuensinya izin untuk memasang reklame di Jakarta akan dihentikan untuk waktu tertentu,” ujar Anies.

“Sekarang sedang ditetapkan kemungkinan 6 bulan sampai 1 tahun, mereka tidak bisa memasang reklame di DKI Jakarta. Kenapa? Karena ini pelanggaran dan kita ingin menertibkan semuanya,” tegas Anies.

Syarif menambahkan, KPK ikut serta dalam penertiban ini karena ada kerja sama dengan Pemprov DKI dalam peningkatan pendapatan daerah. Syarif mengatakan, berdasarkan informasi dari Anies, ada Rp 1 triliun pendapatan dari reklame per tahun di DKI.

“Tadi Pak Gubernur mengatakan ada hampir Rp 1 triliun per tahun dari reklame saja di DKI Jakarta. Kami yakin itu potensinya lebih besar, dibanding tadi Rp 964 miliar lebih, tapi kalau ditertibkan akan jauh lebih banyak mendatangkan pendapatan,” tutur Syarif.

Diberitakan sebelumnya, perwakilan Koordinasi Supervisi Bidang Pencegahan KPK Dian Patra mengatakan, KPK menemukan 295 papan reklame yang diberikan peringatan Pemprov DKI sejak Agustus 2018. Namun, hingga Desember, hanya lima papan reklame yang melunasi kewajibannya.

Dengan begitu, masih ada 290 reklame tak patuh aturan di Jakarta. Pada 2018, 60 reklame tersebut ditargetkan untuk ditertibkan. Hasilnya, dari jumlah tersebut, sudah ada 43 reklame oleh pemiliknya dibongkar sendiri. Selain itu, terdapat 15 perusahaan reklame yang akan dikenakan sanksi karena tidak membongkar sendiri reklamenya.

“Kita akan selesaikan yang 290 reklame itu. Sebenarnya data yang kami terima itu sampai 2.000 lebih. Kita berharap di pertengahan tahun sudah bisa bergeser ke kawasan kendali sedang dan rendah. Tentunya, nanti akan diperluas ke kawasan kendali sedang dan rendah,” kata Dian. (wok)

Bulan :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

2 0 1 9



SUBBAGIAN HUMAS

Tanggal :

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Kompas	Sindo	Tempo
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		Indopos	Pos Kota	Warta Kota

Ke bocoran Capai 70 Persen ACUAN REKLAME DI IBU KOTA

Diolah dari Pergub DKI Nomor 148 Tahun 2017

KAWASAN KENDALI KETAT MERUPAKAN KAWASAN DENGAN KRITERIA :

- a. peletakan titik reklame hanya pada dinding bangunan dan di atas bangunan dengan sejumlah ketentuan
- b. jenis reklame yang diizinkan di halaman berupa : media pylon sign atau sejenisnya, harus terbuat dari neon box dan/atau neon sign menggunakan pencahayaan dari dalam (back lighting) dan hanya menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi, dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;
- c. penyelenggaraan reklame pada halte/shelter, fly over dan underpass, menggunakan reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/billboard dengan metode pencahayaan dari dalam (back lighting);
- d. penyelenggaraan reklame pada bangunan jembatan penyeberangan orang (JPO) dan jembatan penyeberangan multiguna (JPM) dengan konstruksi beton berupa : reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/billboard dengan metode pencahayaan dari dalam (back lighting) dengan sejumlah ketentuan.

KAWASAN KENDALI SEDANG MERUPAKAN KAWASAN DENGAN KRITERIA :

- a. peletakan titik reklame pada dinding bangunan dan di atas bangunan dengan sejumlah ketentuan;
- b. penyelenggaraan reklame di halaman dengan ketentuan :
 - 1. penyelenggaraan reklame papan/billboard dan reklame elektronik/digital dapat dilakukan di halaman dengan ukuran luas maksimal bidang reklame sebesar 16 m2 menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi, dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud; dan
 - 2. media pylon atau sejenisnya dapat diselenggarakan di halaman, harus terbuat dari neon box dan/atau neon sign menggunakan metode pencahayaan dari dalam (back lighting) dan hanya menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud.
- c. penyelenggaraan reklame pada bangunan halte shelter, fly over dan underpass, menggunakan reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/billboard dengan metode pencahayaan dari dalam (back lighting);
- d. penyelenggaraan reklame pada bangunan jembatan penyeberangan orang (JPO) dan jembatan penyeberangan multiguna (JPM) dengan konstruksi beton berupa : reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/billboard dengan metode pencahayaan dari dalam (back lighting) dengan sejumlah ketentuan.
- e. penyelenggaraan reklame pada pos polisi diatur sesuai dengan batasan teknis dan tidak diperbolehkan berada pada jalur hijau.

KAWASAN KENDALI RENDAH MERUPAKAN KAWASAN DENGAN KRITERIA :

- a. peletakan titik reklame di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan;
- b. jenis reklame yang diizinkan berupa elektronik/digital, papan/ billboard, neonbox dan neonsign. Dapat menggunakan metode pencahayaan dari dalam (back lighting) dan depan (front lighting);
- c. penyelenggaraan reklame elektronik/ digital selain menyajikan reklame nama gedung, pengenal usaha, profesi, identitas/ logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud, dapat menyelenggarakan reklame komersial lainnya;
- d. penyelenggaraan reklame pada bangunan halte/shelter, fly over dan underpass, menggunakan reklame elektronik/ digital dan/atau reklame papan/billboard dengan metode pencahayaan jenis back/ front lighting;
- e. penyelenggaraan reklame pada bangunan jembatan penyeberangan orang (JPO) dan jembatan penyeberangan multiguna (JPM) dengan konstruksi beton berupa : reklame elektronik/ digital dan/atau reklame papan/billboard dengan metode pencahayaan dari dalam (back lighting) dengan sejumlah ketentuan.
- f. Penyelenggaraan reklame pada pos polisi diatur sesuai dengan batasan teknis dan tidak diperbolehkan berada pada jalur hijau.

KAWASAN KHUSUS MERUPAKAN KAWASAN DENGAN KRITERIA :

- a. peletakan titik reklame diatur oleh pengelola kawasan khusus setelah dikoordinasikan dengan Pemerintah Daerah;
- b. jenis reklame yang diizinkan berupa elektronik/digital, papan/billboard, neonbox dan neonsign. Ika menggunakan lampu, harus menggunakan metode pencahayaan dari dalam (back lighting); dan
- c. batasan teknis penyelenggaraan reklame sesuai dengan batasan teknis yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.



**KAWASAN PERSEBARAN PERLETAKAN
TITIK REKLAME MELIPUTI:**

- a. kawasan penyelenggaraan reklame; dan
- b. kawasan tanpa penyelenggaraan reklame.

**KAWASAN PENYELENGGARAAN
REKLAME SEBAGAIMANA
TERDIRI DARI:**

- a. kawasan kendali ketat;
- b. kawasan kendali sedang;
- c. kawasan kendali rendah; dan
- d. kawasan khusus.

Seyogyanya pembekuan izin selain nama biro penyelenggara reklame juga disebutkan nomor izin bironya,"

Didi O Affandi
Ketua Serikat Pekerja
Reklame Jakarta