

“

“ Pemasangan paparan iklan di Wilayah Persekutuan dapat menjadikan iklan itu sendiri sebagai salah satu elemen senibina bandar yang berfungsi menyerlahkan identiti budaya dan sosio-ekonomi sesuatu bandar “ ...

”

Petikan dari perutusan:

Dato' Raja Nong Chik Bin Dato' Raja Zainal Abidin
Menteri Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar



Perutusan Menteri

*K*ita sedia maklum bahawa kepesatan aktiviti ekonomi dan keperluan sebagai pusat pentadbiran kerajaan persekutuan juga memerlukan Wilayah Persekutuan mempunyai satu garis panduan pemasangan dan pemantauan paparan iklan yang khusus bagi memastikan papan-papan iklan yang dipasang dan dipamer tidak menjejaskan kualiti visual persekitaran dan rupa bentuk bandar serta menjamin keselamatan dan keselesaan warga Wilayah Persekutuan.

Sehubungan itu, aspirasi penggubalan Garis Panduan Iklan di Wilayah Persekutuan yang khusus untuk Wilayah Persekutuan wujud kerana mengambil kira perbezaan rupa bentuk bandar (urban setting), persekitaran dan fungsi Wilayah-wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan berbanding bandar-bandar lain di Malaysia. Ini juga selaras dengan tujuan mewujudkan keseragaman pemasangan iklan di ketiga-ketiga Wilayah Persekutuan.

Garis Panduan ini menyediakan asas bagi memandu serta mengawal pemasangan dan pemantauan paparan iklan di Wilayah Persekutuan untuk mewujudkan pengurusan paparan iklan yang seragam, teratur dan menjamin keselamatan dan keselesaan warga kota di samping mampu menjana pendapatan kepada Pihak Berkuasa Tempatan (PBT). Garis Panduan ini akan juga bertujuan membantu industri periklanan mematuhi syarat-syarat pemasangan papan iklan.

Melalui Garis Panduan yang seragam dan khusus, saya berharap, pemasangan paparan iklan di Wilayah Persekutuan dapat menjadikan iklan itu sendiri sebagai salah satu elemen senibina bandar yang berfungsi menyerlahkan identiti budaya dan sosio-ekonomi sesuatu bandar. Pengurusan paparan iklan yang cekap akan menggambarkan kualiti persekitaran perbandaran yang dinamik, terancang, menarik, berdaya huni tanpa mengorbankan ciri-ciri unik atau keaslian sesuatu bandar tersebut.

Dato' Raja Nong Chik Bin Dato' Raja Zainal Abidin

Menteri Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar





Perutusan Ketua Setiausaha

*K*ementerian Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar melalui agensi-agensinya iaitu Dewan Bandaraya Kuala Lumpur, Perbadanan Putrajaya dan Perbadanan Labuan bertanggungjawab memastikan pembangunan fizikal dan infrastruktur di ketiga-tiga Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan adalah seimbang dan teratur serta berupaya mewujudkan suatu bandar berdaya huni yang selesa didiami oleh penduduk Wilayah Persekutuan.

Di antara elemen senibina fizikal yang mampu menyumbang ke arah kualiti persekitaran perbandaran yang menarik dan terancang adalah paparan iklan. Pemasangan papan iklan yang tidak teratur daripada aspek lokasi dan peletakannya serta tidak terkawal daripada aspek rekabentuk mahupun kandungannya boleh menjejaskan rupa bentuk dan identiti sesuatu bandar tersebut.

Kita sedia maklum bahawa paparan iklan adalah salah satu kaedah pemasaran yang berkesan dalam memajukan sesuatu perniagaan. Sehubungan itu, kepesatan aktiviti sosio-ekonomi akan turut meningkatkan permintaan terhadap pemasangan iklan di sesuatu kawasan atau bandar. Di sini wujudnya kepentingan peranan pihak berkuasa tempatan dalam merancang, mengurus dan memantau iklan-iklan yang dipamerkan agar tidak menyebabkan kecelaruan visual persekitaran yang akhirnya menyebabkan ketidakselesaan kepada orang ramai.

Melalui Garis Panduan Iklan Wilayah Persekutuan, saya berharap pengurusan dan pemasangan paparan iklan di Wilayah Persekutuan dapat diseragamkan serta lebih teratur dan terancang. Matlamat utama Kementerian adalah supaya di samping memenuhi permintaan pemasangan iklan oleh komuniti perniagaan, keselamatan dan keselesaan penduduk Wilayah Persekutuan secara keseluruhannya tidak dikesampingkan.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adnan Bin Md Ikshan'.

Dato' Adnan Bin Md Ikshan

Ketua Setiausaha

Kementerian Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar





> KANDUNGAN

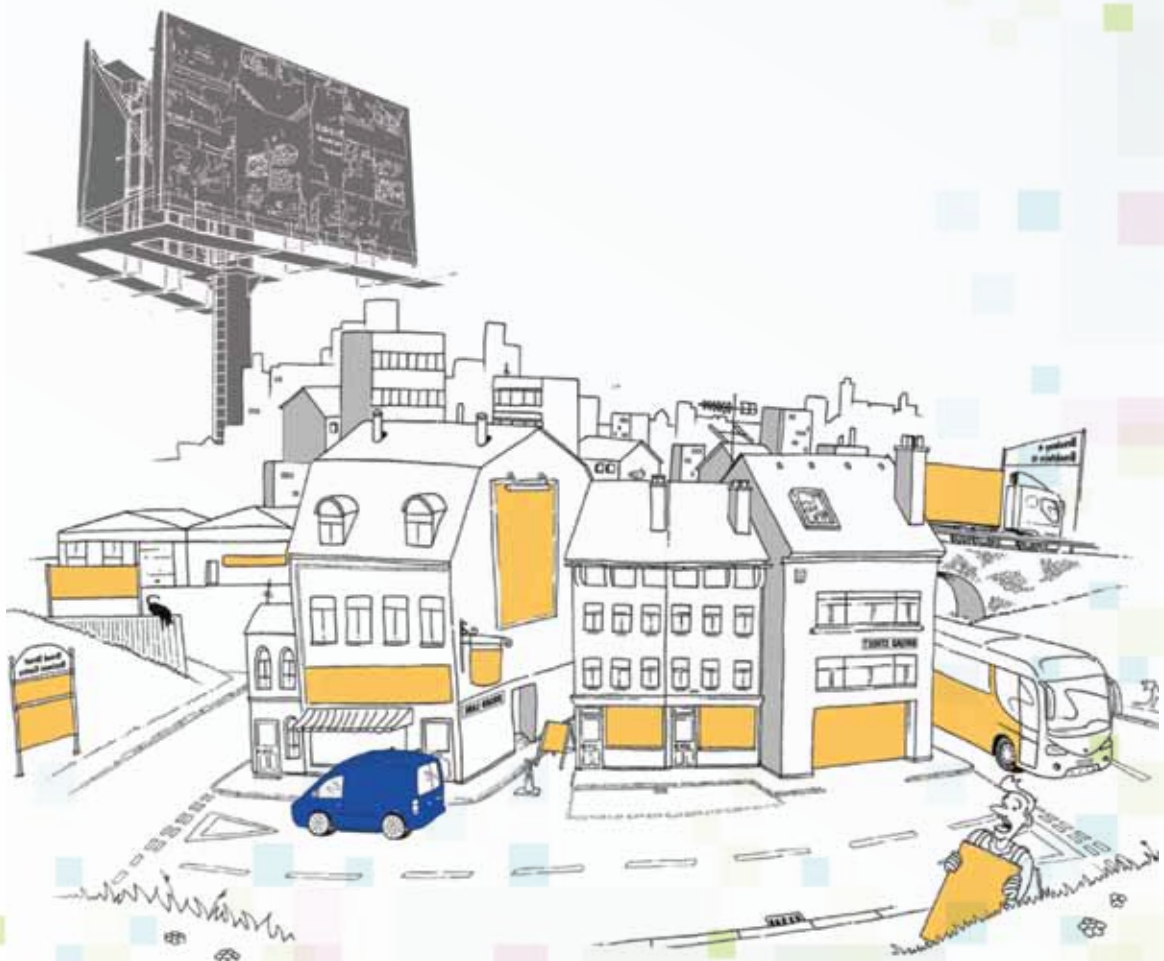
PERUTUSAN MENTERI	ii
PERUTUSAN KETUA SETIAUSAHA	iii
KANDUNGAN	iv
TUJUAN	1
SKOP GARIS PANDUAN	1
DEFINISI IKLAN	2
KUASA MELULUS	2
PENGECUALIAN	2
GARIS PANDUAN UMUM	3
A. Memastikan Keselamatan Awam.....	3
B. Menjamin Kualiti Persekitaran	4
C. Menjamin Keselesaan Awam.....	5
D. Kandungan Pengiklanan yang Beretika	5
GARIS PANDUAN KHUSUS	6
RINGKASAN PEMASANGAN IKLAN MENGIKUT KATEGORI	6
LAMPIRAN 1 – DEFINISI DAN KATEGORI IKLAN	27
LAMPIRAN 2 - PERUNDANGAN BERKAITAN	34
LAMPIRAN 3 – PENGIKLAMAN TERKAWAL.....	36

TUJUAN

Garis panduan ini disediakan untuk mewujudkan pengurusan paparan iklan yang seragam, teratur dan menjamin keselamatan serta keselesaan warga kota.

SKOP GARIS PANDUAN

1. Garis Panduan ini adalah satu panduan yang merangkumi aspek saiz, kandungan, reka bentuk, perletakan dan lokasi.
2. Garis panduan ini terbahagi kepada dua bahagian iaitu Garis Panduan Umum dan Garis Panduan Khusus.
 - 1.1 Garis Panduan Umum merujuk kepada aspek keselamatan dan keselesaan umum serta visual persekitaran kesan daripada pemasangan papan iklan.
 - 1.2 Garis Panduan Khusus merujuk kepada aspek struktur fizikal pemasangan iklan seperti piawaian saiz, reka bentuk dan lokasi mengikut kategori iklan.



DEFINISI IKLAN

Iklan merupakan pemberitahuan mengenai sesuatu barangan, aktiviti atau perkhidmatan yang berunsur komersial atau bukan komersial di atas struktur fizikal dan yang dipapar di dalam bangunan atau di atas darat, air dan udara.

Kategori iklan adalah merujuk kepada **Lampiran 1**.

Definisi iklan turut merujuk tafsiran iklan seperti di dalam perundangan berkaitan iklan di Wilayah Persekutuan (**Rujuk Lampiran 2**).

KUASA MELULUS

Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) bagi Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur adalah Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL), Wilayah Persekutuan Putrajaya adalah Perbadanan Putrajaya (PPj) dan Wilayah Persekutuan Labuan adalah Perbadanan Labuan (PL).

Apa-apa perubahan atau tambahan pada struktur iklan yang telah diluluskan hendaklah mendapat kelulusan semula PBT.

PENGECUALIAN

Kehendak-kehendak Garis Panduan ini adalah tidak merangkumi dan tidak terpakai kepada iklan seperti berikut:

1. Iklan bergerak pada kenderaan perdagangan, kenderaan persendirian dan kenderaan awam yang tertakluk di bawah Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD).
2. Iklan yang dipasang di dalam rizab laluan keretapi dan Transit Aliran Ringan (Light Rail Transit) adalah dibawah PBT tetapi paparan iklan pada kenderaan bergerak (gerabak) adalah di bawah kawalan Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD).

GARIS PANDUAN UMUM

Garis panduan umum merupakan satu panduan kepada pemasangan semua jenis iklan berdasarkan prinsip-prinsip asas iaitu untuk memastikan keselamatan awam, menjamin kualiti persekitaran, tidak menjejaskan keselesaan awam dan mempunyai kandungan iklan yang beretika serta selari dengan budaya Malaysia.

A. Memastikan Keselamatan Awam

Aspek keselamatan awam adalah antara perkara asas yang harus diberi keutamaan bagi pemasangan apa jua jenis iklan.

1. **Iklan berikut adalah tidak dibenarkan bagi mengelakkan gangguan terhadap pengguna jalan raya:**
 - Iklan yang menimbulkan gangguan lalu lintas.
 - Iklan berlampu yang menyilaukan dan mengganggu pandangan terhadap peralatan kawalan lalu lintas dan papan tanda lalu lintas.
 - Iklan yang boleh menimbulkan kekeliruan dan mengganggu tumpuan pengguna jalan raya terutamanya pemandu kenderaan.
2. **Iklan berikut adalah tidak dibenarkan dipasang di laluan awam atau infrastruktur umum bagi mengelakkan gangguan atau halangan ke atas:**
 - Struktur yang menghalang laluan awam atau laluan kecemasan yang boleh menggugat keselamatan awam.
 - Struktur yang ditempatkan di dalam rizab sesuatu infrastruktur seperti rizab rentis elektrik, rizab sungai, rizab telekomunikasi dan lain-lain (kecuali mendapat kelulusan agensi pengawal rizab).
 - Struktur yang dipaut atau disekalikan dengan papan tanda dan isyarat lalu lintas.
3. **Pemasangan iklan hendaklah dijamin keteguhan struktur fizikal seperti berikut:**
 - Bahan yang digunakan dan cara pemasangan iklan haruslah tidak mendatangkan bahaya kepada orang awam dan harta benda.
 - Reka bentuk struktur diperakukan dan disahkan oleh jurutera bertauliah.
4. **Papan iklan tidak dibenarkan sama sekali menghalang kawasan liputan CCTV bagi memastikan alatan keselamatan awam berfungsi dengan baik.**
5. **Setiap pemilik iklan perlu memastikan iklan yang dipasang adalah diselenggara mengikut keperluan dan peraturan pihak PBT.**
6. **Setiap pemasangan struktur iklan yang berukuran sama atau melebihi 40 kaki panjang perlulah mengemukakan polisi insurans perlindungan awam.**



7. Iklan yang dipasang dan pencahayaannya tidak mendatangkan gangguan kepada trafik udara.

B. Menjamin Kualiti Persekitaran

Pemasangan iklan secara tidak terkawal boleh menjejaskan kualiti estetika sesuatu bandar atau kawasan. Sehubungan itu, bagi menjamin persekitaran yang harmoni dan teratur, pemasangan iklan perlu dikawal seperti berikut:

1. Peletakan Papan Iklan (Billboard) yang dibenarkan adalah:

- Papan Iklan (billboard) bersaiz besar dan sederhana hanya dibenarkan di zon guna tanah pertanian, perindustrian dan perdagangan (rujuk Garis Panduan Khusus Iklan).

2. Iklan berikut adalah tidak dibenarkan kerana akan menjejaskan garisan langit, rupa bentuk dan landskap sesuatu bandar:

- Iklan yang melindungi bangunan-bangunan warisan, bersenibina menarik dan berkepentingan seperti tempat ibadat (contoh: masjid), kompleks/bangunan awam (contoh: muzium, balai polis, hospital, sekolah), kediaman rasmi kerajaan (contoh: istana) dan mercu tanda sesuatu kawasan.
- Iklan di dalam bulatan jalan atau road island di mana ia akan menghalang aktiviti landskap atau pengindahan bandar.
- Iklan di persimpangan utama pusat bandar (termination point) di mana akan menjejaskan atau melindungi elemen reka bentuk bandar seperti contoh seni landskap bandar (artwork dan water features).
- Iklan yang mempunyai ketinggian yang tidak berkadar dengan kelebaran jalan sehingga menjejaskan keharmonian garisan langit.

3. Pemeliharaan Pokok

- Pokok-pokok besar yang menjadi sebahagian daripada landskap bandar adalah tidak dibenarkan dipotong bagi tujuan pemasangan iklan.

4. Iklan hendaklah mematuhi panduan lanjut seperti di bawah bagi memelihara kualiti estetika sesuatu kawasan:

- Bagi papan iklan bertiang (free-standing billboard), pemasangan mestilah di atas satu atau tiga tiang dan bukan di dalam bentuk kerangka.
- Bagi papan iklan bertiang, paparan dua muka adalah digalakkan supaya bahagian belakang paparan iklan tidak mendatangkan rupa pandangan yang buruk.
- Struktur pendawaian hendaklah kemas dan tersorok supaya tidak menjejaskan visual persekitaran dan mengganggu keselamatan awam.



- Tidak dibenarkan paparan kosong pada papan iklan pada bila-bila masa bagi mengelak pencemaran pandangan. Mesej-mesej kerajaan hendaklah dipasang oleh pemilik struktur sementara menunggu penyewaan pengiklanan.
- Iklan yang sudah luput tarikh atau tidak lagi berkaitan dengan perkembangan semasa adalah tidak dibenarkan dan hendaklah diturunkan serta-merta.

C. Menjamin Keselesaan Awam

Di antara ciri-ciri dan tatacara iklan bagi menjamin keselesaan awam adalah seperti berikut:

- Pemasangan yang tidak menyilaukan dan tidak bercahaya ke tahap yang boleh menimbulkan gangguan penglihatan orang awam.
- Iklan tidak menghalang pandangan umum terhadap kehijauan sesuatu kawasan lapang atau pemandangan serta keindahan semula jadi.

D. Kandungan Pengiklanan yang beretika

Kandungan iklan hendaklah beretika, mengutamakan bahasa kebangsaan dan selari dengan budaya dan jati diri Malaysia. Antara ciri-ciri kandungan ini adalah seperti berikut:

- Konsep iklan mestilah bersesuaian dan berkaitan dengan barangan atau perkhidmatan yang ingin diiklankan.
- Kandungan pengiklanan hendaklah benar dan tidak mewujudkan sebarang unsur kekeliruan kepada pengguna. Bagi kandungan pengiklanan perubatan, pendidikan dan elektronik rujuk kepada **Lampiran 3**.
- Paparan iklan haruslah mengutamakan Bahasa Malaysia. Bagi paparan kandungan yang turut menggunakan mana-mana bahasa lain, perkataan di dalam Bahasa Malaysia hendaklah diberi keutamaan dari segi saiz, warna dan kedudukan. Walau bagaimanapun, penggunaan bahasa lain di atas sebab jenama sesuatu produk adalah dibenarkan.
- Penggunaan Bahasa Malaysia hendaklah dipastikan tepat dari segi penggunaan perkataan, susunan ayat, ejaan, tata bahasa sebagaimana yang diluluskan oleh Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Penggunaan bahasa hendaklah sopan dan tidak mempunyai sebarang konotasi negatif.
- Iklan hendaklah tidak bercanggah dengan prinsip-prinsip Rukun Negara, Dasar Kerajaan dan undang-undang.
- Iklan adalah tidak dibenarkan memaparkan gambar wanita atau lelaki berpakaian yang menjolok mata atau aksi yang kurang sopan serta mengeksploitasi wajah dan tubuh seseorang.



GARIS PANDUAN KHUSUS

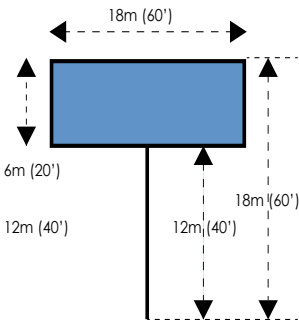
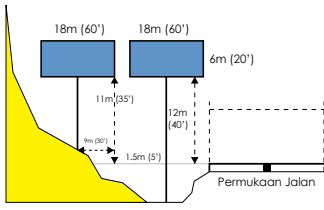

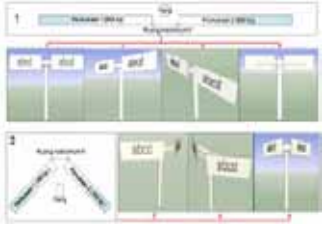
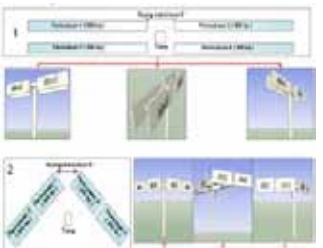
RINGKASAN PEMASANGAN IKLAN MENGIKUT KATEGORI

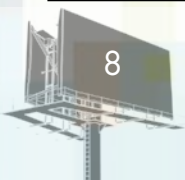
KATEGORI IKLAN		DIBENARKAN	TIDAK DIBENARKAN	PENERANGAN
1.	Papan Iklan Bertiang (<i>Free-Standing Billboard</i>)	√		Dikategorikan di dalam 3 saiz iaitu - besar 60 x 20 kaki - sederhana 40 X 10 kaki / 15 X 20 kaki - kecil 5 x 10 kaki
2.	Iklan Dinding	√		Hanya dibenarkan pada dinding yang tiada permukaan terbuka dan pada struktur yang dijarakkan dari dinding
3.	Iklan Bumbung	√		Hanya dibenarkan pada bumbung yang telah ada struktur iklan sedia ada (<i>in-built structure</i>) dan yang boleh kompromi dengan landskap bumbung (<i>roofscape</i>) dan persekitaran
4.	Iklan Lelilit Bangunan (<i>Building Wrap</i>)	√		Hanya dibenarkan sekiranya menggunakan bahan yang membolehkan pengudaraan dan pencahayaan bangunan
5.	A. Iklan Gantri bersaiz besar (<i>Spectacular Gantry</i>)		√	Tidak dibenarkan atas faktor keselamatan pengguna jalan raya
	B. Iklan Gantri	√		Dibenarkan dipasang iklan tidak melebihi saiz gantri
6.	Iklan Jejantas	√		Dibenarkan dipasang iklan dengan mengambil kira reka bentuk keselamatan pengguna jejantas iaitu tidak menutup pemandangan pejalan kaki
7.	Iklan Jejambat	√		Dibenarkan sekiranya tidak melebihi saiz jejambat
8.	Iklan Lelilit Tiang / Jajaran Tiang (<i>Pillar/ Column Wrap</i>)	√		Dibenarkan sekiranya kandungan iklan ringkas dan menarik dan tidak menjejaskan keberkesanan peralatan kawalan lalu lintas serta melindungi papan tanda lalu lintas. Dibina pada struktur yang dijarakkan dari tiang
9.	Iklan Pagar	√		Digalakkan bagi menutup visual tertentu
10.	Iklan Melunjur (<i>Projecting sign</i>)	√		Dibenarkan sekiranya kandungan iklan ringkas dan menarik

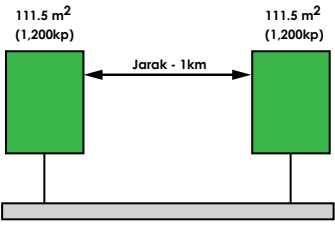
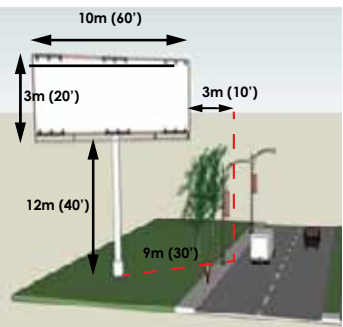
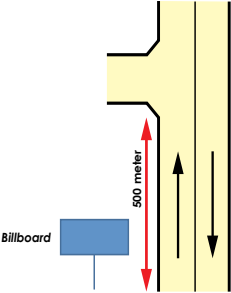
KATEGORI IKLAN		DIBENARKAN	TIDAK DIBENARKAN	PENERANGAN
11.	Iklan Gantung (<i>Hanging Blade Sign</i>)	√		Dibenarkan sekiranya kandungan iklan ringkas dan menarik
12.	Iklan Elektronik	√		Digalakkan kerana dapat mengoptimumkan ruang
13.	Iklan Kain Rentang (<i>Poster</i>)	√		Dibenarkan di kawasan berorientasikan pejalan kaki
14.	Iklan Perabot Jalan	√		Digalakkan di kawasan pusat perdagangan dan institusi yang berorientasikan pejalan kaki
15.	Papan Tanda Perniagaan	√		Tertakluk kepada syarat-syarat PBT
16.	Iklan Udara	√		Dibenarkan
17.	Iklan Tunjuk Arah/ Pemberitahuan	√		Dibenarkan
18.	Iklan Jambatan	√		Boleh dibenarkan dengan syarat tidak melebihi saiz jambatan
19.	Iklan Lantai	√		Dibenarkan dengan syarat boleh bersesuaian dengan landskap sedia ada dan persekitaran
20.	A. Iklan Bergerak – Kenderaan Perdagangan	√		Di bawah bidang kuasa Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD) kecuali Bas Nadi Putra di Putrajaya yang dikawalselia oleh Perbadanan Putrajaya
	B. Iklan Bergerak – Kenderaan Persendirian	√		Perlu kelulusan Polis Diraja Malaysia

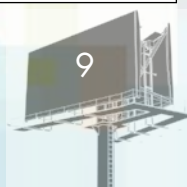


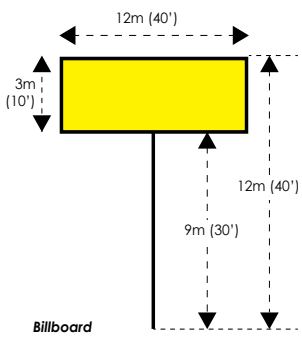
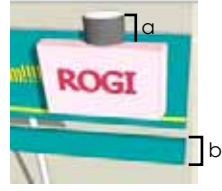
Syarat-syarat pemasangan iklan berhubung aspek saiz, reka bentuk, lokasi dan guna tanah.

Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
1. Papan Iklan Bertiang (<i>Free-Standing Billboard</i>)	
<p>1.1 Papan Iklan Bertiang saiz besar</p>	<p>Dimensi Melintang: 60 kaki x 20 kaki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dimensi papan iklan yang dibenarkan secara melintang adalah berukuran 18 meter x 6 meter (60 kaki x 20 kaki). • Keluasan 111.5 meter persegi (1,200 kaki persegi). • Ketinggian yang dibenarkan adalah 18 meter (60 kaki).  <p style="text-align: center;">Billboard</p> <p>Kaedah Kiraan Ketinggian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketinggian billboard adalah 12 meter (40kaki) dikira daripada penghujung struktur billboard dari permukaan jalan (at grade) di mana iklan itu didirikan.  <p>Struktur tambahan</p> <p>Struktur tambahan (emblishment) yang dibenarkan adalah maksimum 25% daripada saiz papan iklan. Embellishment (a+b)</p>  <p>Contoh Keluasan iklan adalah 111.5 m² (1,200 kp). 25% dari keluasan papan iklan; 111.5 m² x 25% = 28 m² (300 kp).</p> <p>Maka keluasan tambahan yang dibenarkan adalah 60 m² (300 kp).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dibenarkan maksimum 4 paparan. • 2 paparan menghadap satu arah manakala yang 2 lagi menghadap arah yang berlawanan. • Saiz dan ketinggian setiap paparan mestilah sama. • Digalakkan secara melintang dengan permukaan setiap satu berukuran 9 meter x 3 meter (30 kaki x 10 kaki) dengan ketinggian 9 meter (30 kaki) dan dipisahkan dengan ruang tidak melebihi 5 kaki (1.6 meter). • Jumlah kesemua paparan tidak boleh melebihi 111.5 meter persegi (1,200 kaki persegi) <p>Contoh imej papan iklan dua (2) paparan</p>  <p>Contoh imej papan iklan empat (4) paparan</p> 

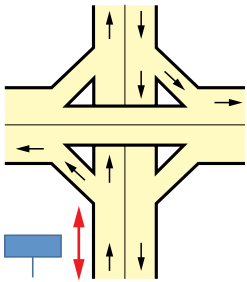
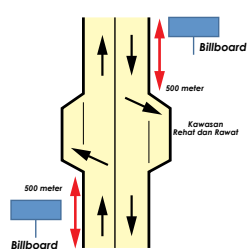
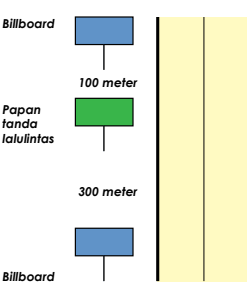
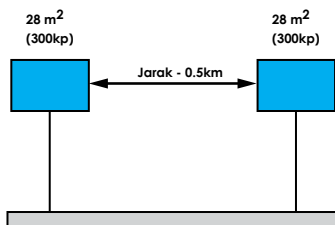
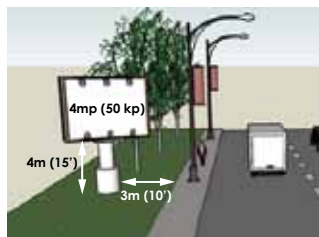


Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Jalan Pengagih Utama (Lebuh Raya dan Jalan Persekutuan) yang menampung had kelajuan tinggi iaitu melebihi 80 - 100 kilometer/jam. Jarak antara dua papan iklan: 1 km  <p>Jarak penghujung iklan ke bahu jalan</p> <p>Jarak 3 meter (10 kaki) daripada penghujung struktur papan iklan ke bahu jalan atau rel penghadang supaya ianya tidak memasuki ruang udara jalan</p> <p>Jarak tiang iklan ke bahu jalan</p> <p>Berada 9 meter (30 kaki) daripada tiang papan iklan ke bahu jalan atau rel penghadang bagi menyediakan clear zone</p>  <p>Persimpangan Jalan</p> <p>Tidak dibenarkan berada dalam jarak 500 meter (1,640 kaki) dari persimpangan jalan dan kawasan persimpangan sama ada persimpangan mendatar (at grade) atau persimpangan bertingkat (interchange);</p> 	<p>Zon Pertanian</p> <p>Zon Perindustrian</p>	<p>Zon Perdagangan</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zon Warisan Pusat Perdagangan termasuk kawasan perdagangan kejiranan Zon Kediaman Zon Institusi Kawasan Taman Awam Anjakan dari penghujung struktur papan iklan ke: <ol style="list-style-type: none"> Kediaman terdekat = 60 m (200') (dengan syarat tidak menutup pandangan ke luar penghuni kediaman) Kawasan Warisan = 300 m (1,000') (termasuk zon penampakan warisan) Taman Awam = 300 m (1,000')

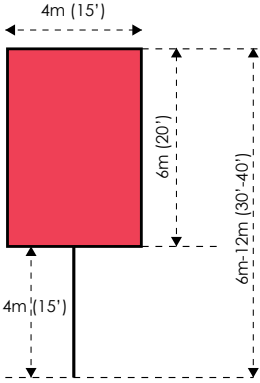


Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
<p>1.2 Papan Iklan Bertiang saiz sederhana</p>	<p>Dimensi Melintang : 40 kaki x 10 kaki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berukuran 12 meter x 3 meter (40 kaki x 10 kaki) • keluasan 36 meter persegi (400 kaki persegi) • ketinggian maksimum 12 meter (40 kaki). <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  <div style="text-align: right;"> <ul style="list-style-type: none"> • Ruang tambahan embellishment sebanyak 15%  </div> </div>



Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<p>Persimpangan Bertingkat</p> <p>Papan iklan bersaiz besar tidak dibenarkan pada jarak 500 meter (1640 kaki) sebelum mana-mana persimpangan bertingkat.</p> 			
<p>Kawasan R&R</p> <p>Papan Iklan tidak dibenarkan pada jarak 500 meter (1640 kaki) sebelum dari kawasan Rehat dan Rawat atau Hentian Sebelah</p> 			
<p>Papan Tanda Lalu Lintas/Isyarat Trafik.</p> <p>Papan iklan sebelum papan tanda trafik: 300m, Papan iklan selepas papan tanda trafik: 100m</p> 			
<ul style="list-style-type: none"> Di jalan-jalan yang menampung kelajuan kurang daripada 80 kilometer sejam. Jarak antara dua papan iklan saiz sederhana ialah 0.5 km 	<p>Anjakan daripada jalan (setback)</p> <ul style="list-style-type: none"> 7 meter (23 kaki) bagi jalan berkelajuan melebihi 60 sehingga 80 kilometer/jam 7 meter (23 kaki) dari tiang papan iklan ke bahu jalan atau rel penghadang bagi menyediakan clear zone Tidak boleh memasuki ruang udara tanah bersebelahan 6 meter (20 kaki) dari tiang iklan ke laluan pejalan kaki sedia ada dan rizab laluan perjalan kaki. 	<p>Zon Pertanian</p> <p>Zon Perindustrian</p> <p>Zon Perdagangan</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zon Warisan Pusat Perdagangan termasuk kawasan perdagangan kejiranan Zon Kediaman Zon Institusi Kawasan Taman Awam



Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
	<p>Dimensi Menegak : 15 kaki x 20 kaki</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Berukuran 4 meter X 6 meter (15' X 20') ● Keluasan 24 meter persegi (300 kaki persegi) ● Ketinggian - 9 meter hingga 12 meter (30 kaki hingga 40 kaki) <p>ii Menegak : 15 kaki x 20 kaki</p> 

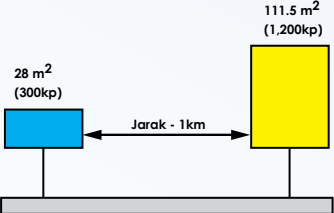
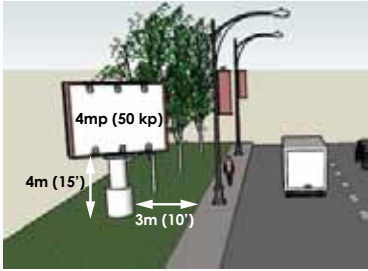


Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Pemasangannya tidak dibenarkan pada kedudukan 100meter (328 kaki) di sekitar kawasan persimpangan Jarak papan iklan saiz sederhana dengan saiz besar adalah 1 km 			<ul style="list-style-type: none"> Anjakan dari penghujung struktur papan iklan ke: <ul style="list-style-type: none"> Kediaman terdekat = 60 m (200') (dengan syarat tidak menutup pandangan ke luar penghuni kediaman) Kawasan Warisan = 300 m (1,000') (termasuk zon penampan warisan) Taman Awam =300 m (1,000')



Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
<p>1.3 Papan Iklan Bertiang saiz kecil</p>	<p>Dimensi : 10 kaki x 5 kaki</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dimensi melintang 10 kaki X 5 kaki / menegak 5 kaki X 10 kaki • keluasan 5 meter persegi (50 kaki persegi) • ketinggian maksimum 6 meter (20 kaki)
<p>2. Iklan Dinding</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih digalakkan dari Papan Iklan Bertiang (<i>Free-Standing Billboard</i>) kerana tidak menutup elemen-elemen bandar. • Keluasan maksimum iklan yang dibenarkan adalah 90% dari keluasan dinding. • tidak dibenarkan sama sekali terkeluar atau terlebih daripada perimeter dinding bangunan. • Kandungan iklan hendaklah ringkas dan menarik. • Adalah digalakkan supaya komposisi grafik pada satu-satu iklan ialah sebanyak 85% dan selebihnya 15% dalam bentuk teks/logo. • Keutamaan kawalan adalah ke atas kandungan iklan dan pencahayaan supaya selaras dengan matlamat mempertingkatkan keceriaan pusat bandar dan pencahayaan pada waktu malam. • Hanya satu pengiklanan dibenarkan pada satu-satu masa. • Dibenarkan hanya pada dinding bangunan perdagangan yang tidak mempunyai permukaan terbuka seperti tingkap, balkoni, lubang pengudaraan semula jadi atau mekanikal dan pintu



Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Pemasangannya tidak dibenarkan pada kedudukan 50 meter (164 kaki) di sekitar kawasan persimpangan Jarak dibenarkan 300 meter (91 kaki) Jarak di antara iklan kecil adalah 0.3 km Jarak antara iklan kecil dan iklan besar adalah 0.5 km  <ul style="list-style-type: none"> Anjakan 3 meter (10 kaki) dari laluan pejalan kaki 	<p>Zon Pertanian</p> <p>Zon Perindustrian</p>	<p>Dibenarkan dipasang di kawasan pusat perdagangan.</p> <p>Hanya pengiklanan dalam bentuk perabot jalan sahaja dibenarkan di kawasan siar kaki</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tidak dibenarkan di kawasan warisan, taman awam, kawasan institusi dan kemudahan masyarakat
<ul style="list-style-type: none"> Perletakan iklan yang seimbang pada dinding bangunan sahaja dibenarkan dan bukan di sudut-sudut bangunan. Iklan yang mampu menutup cela pada dinding bangunan yang buruk dan yang demikian meningkatkan kualiti persekitaran adalah digalakkan. Dinding bangunan yang buruk hendaklah terlebih dahulu di cat. Kategori pengiklanan selainnya seperti papan iklan bertiang tidak dibenarkan berada berdekatan bagi mengelak kecelaruan pandangan (<i>clutter</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> Iklan hendaklah dipasang pada struktur kerangka yang diunjurkan keluar tidak melebihi 1.5m (5 kaki) dari dinding dan masih di dalam tanah pemilik bangunan 	<p>Dibenarkan hanya pada bangunan perdagangan</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tidak dibenarkan di WP Putrajaya Tidak dibenarkan di kawasan yang merupakan <i>traffic hazard</i> kepada pengguna jalan raya mengikut Pihak Berkuasa Jalan/PBT seperti yang melibatkan selekoh berbahaya

Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
3. Iklan Bumbung	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Iklan bumbung yang <i>disokong</i> dengan kerangka terbuka haruslah kemas dan menarik. ● Keutamaan kawalan adalah ke atas kandungan iklan dan pencahayaan supaya selaras dengan matlamat mempertingkatkan keceriaan pusat bandar dan pencahayaan pada waktu malam.
4. Iklan Lelilit Bangunan (<i>Building Wrap</i>)	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Iklan pada fasad bangunan hendaklah mematuhi keperluan Undang-undang Kecil Bangunan Seragam 1984 ● Bahan yang digunakan perlu memastikan 30% kemasukan cahaya dan udara semula jadi; dan ● Tidak menghadkan bukaan pada bangunan bagi laluan semasa kecemasan dan tidak menghadkan pandangan ke luar. ● Keutamaan kawalan adalah ke atas kandungan iklan dan pencahayaan supaya selaras dengan matlamat mempertingkatkan keceriaan pusat bandar dan pencahayaan pada waktu malam; ● Kandungan iklan hendaklah ringkas dan menarik. Grafik pada satu-satu iklan ialah sebanyak 85% dan selebihnya 15% dalam bentuk teks/logo supaya tidak mengganggu atau mengalih penumpuan pemandu kenderaan
5. Iklan Gantri (<i>Spectacular Gantry dan Gantri</i>)	
	<ul style="list-style-type: none"> ● Ketinggian tidak kurang dari 40 kaki. ● Saiz lebar iklan 6 meter atau tidak melebihi saiz gantri.



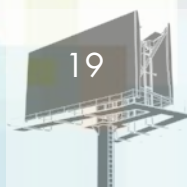
Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Pada bangunan sesebuah yang telah mempunyai struktur khas yang telah dibina bagi tujuan menampung paparan iklan (<i>in-built structure</i>) Papan iklan direka bentuk secara menarik dan boleh kompromi dengan landskap bumbung (<i>roofscape</i>) di kawasan persekitaran. Kategori pengiklanan selainnya tidak dibenarkan berada berdekatan bagi mengelak kecelaruan pandangan (<i>clutter</i>). 			
<ul style="list-style-type: none"> Bagi iklan yang dipasang di sepanjang jalan yang menampung kelajuan melebihi 80 sehingga 100 kilometer/jam, jarak dengan pengiklanan selainnya adalah 1 kilometer dan bagi yang menampung kelajuan melebihi 40 sehingga 80 kilometer/jam, jarak dengan pengiklanan selainnya adalah 0.5 kilometer. 	Dibenarkan hanya pada bangunan perdagangan		<ul style="list-style-type: none"> Tidak dibenarkan di WP Putrajaya Tidak dibenarkan clutter di mana kategori pengiklanan selainnya seperti <i>Free-Standing Billboard</i> dilarang dipasang secara berdekatan.
<ul style="list-style-type: none"> Bagi iklan yang dipasang di sepanjang jalan yang menampung kelajuan melebihi 80 sehingga 100 km/jam, jarak dengan pengiklanan selainnya adalah 1 kilometer Bagi iklan yang dipasang di sepanjang jalan yang menampung kelajuan melebihi 40 sehingga 80 km/jam, jarak dengan pengiklanan selainnya adalah 0.5 kilometer. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak boleh dibenarkan dalam jarak 300 meter (984 kaki) sebelum dan 100 meter (328 kaki) selepas satu-satu papan tanda lalu lintas. Anjakan dari tiang struktur iklan ke bahu jalan bagi jalan berkelajuan 80 kilometer/jam ke atas adalah 9 meter (30 kaki) manakala bagi jalan yang berkelajuan 40 sehingga 80 kilometer/jam adalah 7 meter (23 kaki). 	Dibenarkan di luar kawasan bandar supaya tidak menjejaskan rupa bentuk dan garis langit bandar sama ada yang sedia ada atau masa hadapan.	<ul style="list-style-type: none"> Kategori pengiklanan selainnya tidak dibenarkan berada berdekatan bagi mengelak kecelaruan pandangan (<i>clutter</i>). Tidak dibenarkan berada di dalam koridor scenic yang dikenal pasti.



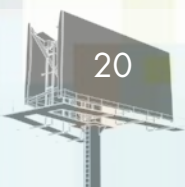
Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk	
6. Iklan Jejantas		
	<ul style="list-style-type: none"> Mestilah dipasang di atas struktur jejantas dan tidak menutup pemandangan pejalan kaki. 	<ul style="list-style-type: none"> Dibenarkan dipasang dengan mengambil kira bentuk keselamatan pengguna jejantas
7. Iklan Jejambat		
	<ul style="list-style-type: none"> saiz tidak boleh melebihi saiz jejambat 	<ul style="list-style-type: none"> Iklan tidak dibenarkan mengunjur keluar dari struktur jejambat di dalam kawasan bandar supaya tidak menutup garisan langit dan rupa bentuk bandar
8. Iklan Lelilit Tiang/Jajaran Tiang (Pillar/Column Wrap)		
	<ul style="list-style-type: none"> Saiz mestilah tidak melebihi saiz tiang Dibenarkan di pasang pada 2 bahagian tiang sahaja atau dalam bentuk yang membolehkan apa-apa kerosakan/ keretakan pada tiang LRT dapat diketahui; 	<ul style="list-style-type: none"> Pencahayaan iklan pada waktu malam tidak dibenarkan menyilau dan menjejaskan kelancaran memandu dan keberkesanan peralatan kawalan lalu lintas Kandungan iklan hendaklah yang ringkas dan menarik. Grafik pada satu-satu iklan ialah sebanyak 85% dan selebihnya 15% dalam bentuk teks/logo supaya tidak mengganggu atau mengalih penumpuan pemandu kenderaan
9. Iklan Pagar		
		<ul style="list-style-type: none"> Kandungan iklan hendaklah ringkas dan menarik dan tidak menjejaskan keberkesanan papan tanda lalu lintas kandungan yang boleh menutup visual persekitaran tertentu yang menarik adalah digalakkan



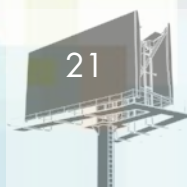
Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
	Di semua zon		
<ul style="list-style-type: none"> Kategori pengiklanan selainnya tidak dibenarkan berada berdekatan bagi mengelak kecelaruan pandangan (<i>clutter</i>). Iklan tidak boleh dipasang sekiranya terdapat papan tanda lalu lintas di pasang pada jejambat Hanya satu pengiklanan sahaja yang dibenarkan dipasang pada satu-satu jejambat 	Di semua zon		
<ul style="list-style-type: none"> Tidak dibenarkan di kawasan yang merupakan traffic hazard kepada pengguna jalan raya mengikut Pihak Berkuasa Jalan/ PBT seperti yang melibatkan selekoh bahaya Kategori pengiklanan selainnya tidak dibenarkan berada berdekatan bagi mengelak kecelaruan pandangan (<i>clutter</i>); 	Di semua zon		
<ul style="list-style-type: none"> Paparan iklan hendaklah mengambil kira aspek keselamatan awam dari segi peletakannya dan ruang kelegaan 5m (16 kaki) dari aras jalan mengikut pematuhan Undang-undang Kecil Bangunan Seragam 1984, hendaklah dipastikan. 	Di semua zon		



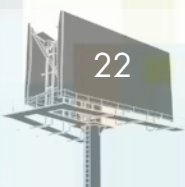
Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk	
10. Iklan Melunjur (Projecting Sign)		
	<ul style="list-style-type: none"> • Minimum jarak penghujung struktur iklan dari permukaan jalan 3.75m • Kelebaran maksimum: 1.5m 	<ul style="list-style-type: none"> • Jika melebihi 1 paparan iklan, jarak di antara paparan –paparan tersebut sekurang-kurangnya 3m. • Keutamaan kawalan adalah ke atas kandungan iklan • Kandungan iklan hendaklah ringkas dan menarik. Grafik pada satu-satu iklan ialah sebanyak 85% dan selebihnya 15% dalam bentuk teks/logo supaya tidak mengganggu atau mengalih penumpuan pemandu kenderaan
11. Iklan Gantung (Hanging Blade Sign)		
	<ul style="list-style-type: none"> • Minimum jarak penghujung struktur iklan dari permukaan jalan 2.5m • Dimensi 2.5m x 0.5m 	
12. Iklan Elektronik		
	<ul style="list-style-type: none"> • Kandungan iklan hendaklah ringkas dan menarik serta mampu menyumbang kepada keceriaan persekitaran bandar dan pencahayaan pada waktu malam 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasangannya di kawasan pejalan kaki hendaklah berharmoni dengan persekitaran pejalan kaki, berskala manusia dan menarik. • Tidak dibenarkan menjejaskan kelancaran pejalan kaki



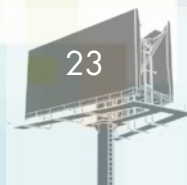
Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Hanya dibenarkan pada bangunan yang telah mempunyai struktur khas yang telah dibina bagi tujuan paparan iklan. Bagi struktur paparan iklan yang dibina secara berturut hanya satu tema pengiklanan sahaja dibenarkan Perlu mendapat Kelulusan Merancang dan tiang iklan mesti di dalam sempadan bangunan Paparan iklan hendaklah mengambil kira aspek keselamatan awam dari segi peletakannya dan ruang kelegaan 5m (16 kaki) dari aras jalan mengikut pematuhan Undang-undang Kecil Bangunan Seragam 1984, hendaklah dipastikan. 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak boleh dipasang sekiranya berada dalam jarak kurang 300 meter (984 kaki) sebelum dan tidak kurang dari 100 meter (328 kaki) selepas satu-satu tanda lalu lintas 	Di semua zon	<ul style="list-style-type: none"> Kategori pengiklanan selainnya tidak dibenarkan berada berdekatan bagi mengelak kecelaruan pandangan (<i>clutter</i>)
		Di semua zon	
<ul style="list-style-type: none"> Hanya dibenarkan di kawasan yang berorientasikan pejalan kaki. Sekiranya jalan tersebut menempatkan laluan awam yang lebar dan audiens pengiklanan adalah ditujukan kepada pejalan-pejalan kaki 	<ul style="list-style-type: none"> Tidak boleh dipasang berdekatan papan tanda lalu lintas, peralatan kawalan lalu lintas dan persimpangan-persimpangan yang dapat menjejaskan keselamatan di jalan raya 		<ul style="list-style-type: none"> Tidak boleh dipasang berdekatan dengan iklan-iklan lain bagi mengelak <i>clutter</i>.



Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
13. Iklan Kain Rentang (Poster)	
	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan yang digunakan untuk bingkai iklan kain rentang hendaklah dipastikan tahan lama dan tidak mudah berkarat. • Memandangkan iklan bersifat sementara, ianya dibenarkan menutup bukaan pada bangunan sekiranya kemasukan cahaya dan pengudaraan semula jadi sekurang-kurangnya 30% dari bukaan asal. Walau bagaimanapun pemasangan iklan secara berterusan sebegini tidak dibenarkan • Paparan iklan yang sudah luput tarikh atau tidak lagi berkaitan dengan perkembangan semasa mestilah diturunkan/ ditanggalkan.
14. Iklan Perabot Jalan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Had ketinggian maksimum paparan iklan ialah 2 meter secara menegak manakala paras paling minimum adalah 1 meter. • Bagi perabot jalan yang rendah di bawah paras had minimum tersebut seperti kerusi, tong sampah dan lain-lain, digalakkan kepada pengiklanan dalam bentuk moto dan logo • Iklan hendaklah bersesuaian dengan reka bentuk perabot jalan dan tidak boleh mendominasi tujuan asal pemasangan atau penyediaan perabot jalan • Penggunaan bahan hendaklah dari jenis yang sama atau yang memberi nilai tambah kepada kualiti perabot jalan • Pemasangan iklan pada perabot jalan hendaklah memastikan keselamatan pengguna kawasan tersebut, tiada reka bentuk yang merbahaya seperti penggunaan kaca yang mudah pecah, bucu tajam, struktur yang mudah tanggal dan sebagainya



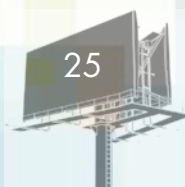
Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Hanya boleh dipasang pada kawasan yang berorientasikan pejalan kaki dan tidak di jalan-jalan belaluan terus, sibuk dan di persimpangan 	Dibenarkan sekiranya digantung dengan kemas pada bangunan perdagangan, bingkai yang disediakan PBT dan di dalam kawasan sesuatu premis	Dasar bagi iklan sementara kurang daripada 1 atau 2 bulan	<ul style="list-style-type: none"> Tidak boleh dipasang dengan cara yang boleh menimbulkan kecelaruan pandangan (clutter).
<ul style="list-style-type: none"> Di kawasan siar kaki iaitu jalan dengan kelajuan kurang 32 kilometer/jam, hanya pengiklanan yang digabungkan dengan perabot jalan sahaja dibenarkan Pengiklanan pada perabot jalan berikut sahaja dibenarkan: <ul style="list-style-type: none"> lalu pejalan kaki tiang lampu yang berbingkai khas untuk iklan perhentian bas bangku gazebo pagola kiosk 		Dibenarkan pada perabot jalan yang telah ditetapkan boleh dipasang iklan	



Perkara /Aspek	Saiz dan Reka bentuk
15. Papan Tanda Perniagaan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Nama perniagaan di dalam tulisan bahasa lain mestilah tidak melebihi ¾ dari saiz huruf nama yang didaftarkan. • Nama pemegang francais dibenarkan untuk dipaparkan. • Penerangan mengenai barangan atau aktiviti yang diniagakan adalah dibenarkan tetapi saiznya tidak melebihi separuh daripada nama syarikat/ jenama. • Penggunaan lampu neon dibenarkan. • Nama perniagaan yang dibenarkan adalah nama syarikat yang didaftarkan dengan Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) atau jenama. • Nama yang didaftarkan tidak perlu diterjemahkan. • Penggunaan trademark, logo, tagline, slogan adalah dibenarkan dan tidak perlu diterjemahkan dalam bahasa Malaysia. • Saiz paparan bahasa-bahasa lain hendaklah tidak melebihi ¾ saiz huruf Bahasa Malaysia. • Paparan nama syarikat tidak boleh melebihi separuh saiz paparan jenama.
16. Iklan Udara	
17. Iklan Tunjuk Arah/Pemberitahuan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Reka bentuk mestilah tidak menyerupai papan isyarat trafik • Bagi paparan iklan tunjuk arah sementara yang sudah luput tarikh atau tidak lagi berkaitan mestilah ditanggalkan.
18. Iklan Jambatan	
	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak melebihi saiz jambatan
19. Iklan Lantai	
	<ul style="list-style-type: none"> • Paparan iklan mestilah boleh kompromi dengan landskap sedia ada dan persekitaran
20. Iklan Bergerak	
<p>Iklan Kenderaan Perdagangan di bawah bidang kuasa Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD) kecuali Bas Nadi Putra di Putrajaya.</p>	



Lokasi, Jarak dan Anjakan	Zon Guna Tanah		
	Dibenarkan	Terkawal	Tidak dibenarkan
<ul style="list-style-type: none"> Di premis perniagaan. Kedudukan papan tanda yang didirikan di atas tanah dalam kawasan premis hendaklah sekurang-kurangnya 5 kaki dari longkang atau rezab jalan. 	Di semua zon		
<ul style="list-style-type: none"> Dibenarkan di kawasan lapang 15 km radius dari landasan lapangan terbang hendaklah merujuk kepada Jabatan Penerbangan Awam. 	Di semua zon.		
<ul style="list-style-type: none"> Mestilah tidak berdekatan dengan apa-apa isyarat trafik yang boleh mengelirukan 	Di semua zon		
	Di semua zon		
	Di semua zon		





LAMPIRAN 1 – DEFINISI DAN KATEGORI IKLAN

Kategori Iklan

Jenis-jenis iklan adalah seperti berikut:

1. Papan Iklan Bertiang (*Free-Standing Billboard*)

Merupakan iklan bagi barangan, aktiviti atau perkhidmatan yang disokong oleh tiang. Kategori ini boleh dipecahkan lagi mengikut saiz iaitu besar, sederhana dan kecil. Papan iklan bertiang (*Billboard*) bersaiz besar kebanyakannya di dalam bentuk menara iklan setiang (*Unipole*) yang ditempatkan di atas satu tiang keluli yang tinggi.



2. Iklan Dinding

Iklan yang dipasang pada dinding atau tembok atau pada satu jarak dari dinding atau iklan yang dilukis/digrafik (iklan mural) pada dinding di sebelah luar bangunan. Iklan dinding meliputi apa-apa pengiklanan sama ada secara poster, ditampal, dicat atau dilukis pada struktur tambahan/bergerak pada bangunan seperti tingkap, payung, pintu, langsir, bidai (*blind*), awning atau roller shutter.



3. Iklan Bumbung

Iklan yang dipasang atau dilukis pada bumbung bangunan.



5. Iklan Gantri Bersaiz Besar dan Gantri

Iklan gantri yang merentangi sebahagian atau keseluruhan jalan.



4. Iklan Lelilit Bangunan (Building Wrap)

Iklan yang bersaiz amat besar yang dipasang pada bangunan di mana saiznya meliputi keseluruhan fasad bangunan.



6. Iklan Jejantas

Iklan yang dipasang di atas struktur jejantas laluan pejalan kaki.



7. Iklan Jejambat

Iklan yang dipasang pada jejambat laluan kenderaan.



9. Iklan Pagar

Pengiklanan yang dipasang pada pagar-pagar sementara untuk tujuan keselamatan semasa pelaksanaan sesuatu projek binaan atau iklan pada pagar yang dipasang bagi menutup sesuatu visual yang kurang menarik.



8. Iklan Lelilit Tiang/Jajaran Tiang (Pillar/Column Wrap)

Iklan yang dipasang pada jajaran tiang LRT/ERL/Monorel.



10. Iklan Melunjur (Projecting Sign)

Apa-apa iklan yang dilunjur dari struktur dinding sesebuah bangunan.



11. Iklan Gantung (Hanging Blade Sign)

Iklan yang tergantung daripada struktur siling, beranda, koridor atau dinding sesuatu bangunan.



12. Iklan Elektronik

Adalah iklan video digital elektronik bercahaya dengan mesej boleh berubah-ubah termasuklah iklan beranimasi atau bergerak; iklan yang menggunakan cahaya sinaran atau lampu cari, cahaya optik gentian atau laser; dan iklan yang dikawal imejnya secara elektronik menggunakan matriks lampu pijar, katod sejuk yang dikawal oleh komputer, diod yang memancarkan cahaya (LED), pameran cecair hablur (LCD) sistem mesej 'flip-flap', sistem televisyen, sistem VMS (Video messaging system), mekanikal *trivision*, mekanikal *scrolling* dan mana-mana sistem serupa yang lain.

Contoh paparan iklan elektronik adalah seperti paparan yang berasaskan kaedah mekanikal untuk memaparkan tiga pengiklanan berasingan secara bergilir menggunakan siri *triangular prism* atau memaparkan beberapa pengiklanan secara berturut yang disusun dalam bentuk bergulung.



13. Iklan Kain Rentang (Poster)

Iklan di atas kain rentang di dalam pelbagai saiz yang di pasang pada sesuatu bangunan atau di atas sesuatu kerangka/bingkai.



14. Iklan Perabot Jalan

Pengiklanan pada objek atau peralatan-peralatan yang bina di atas atau berdekatan jalan awam. Elemen-elemen perabot jalan adalah seperti di tong sampah, lampu, turapan laluan pejalan kaki, perhentian bas dan pondok telefon.



15. Iklan Papan Tanda Perniagaan

Iklan papan tanda premis yang dipasang secara tetap oleh syarikat atau peniaga di sesebuah premis perniagaan.



16. Iklan Udara

Pengiklanan pada apa-apa objek atau peralatan yang terapung di udara sama ada secara bebas atau terpasang (terikat) pada mana-mana struktur binaan, menara atau bangunan.



17. Iklan Tunjuk Arah/Pemberitahuan

Adalah paparan iklan sementara yang bertujuan memberi petunjuk jalan/pemberitahuan kepada suatu perkara/arab khusus seperti rumah contoh, model rumah, tapak projek, pembukaan rasmi peristiwa komersial, acara pembangunan atau jualan.



18. Iklan Jambatan

Apa-apa iklan yang ditampal, dicat atau dilukis di atas mana-mana permukaan jambatan sama ada sebahagian atau secara keseluruhan.



19. Iklan Lantai

Apa-apa iklan yang ditampal, dicat atau dilukis di atas permukaan lantai, tanah, jalan sama ada secara komersial atau bukan komersial.



20. Iklan Bergerak

Iklan pada kenderaan yang bergerak sama ada kenderaan perdagangan dan kenderaan persendirian.



LAMPIRAN 2 - PERUNDANGAN BERKAITAN

Garis panduan ini adalah dokumen sokongan kepada Undang-Undang Kecil dan Rancangan Pembangunan sesuatu PBT iaitu Rancangan Tempatan dan Rancangan Kawasan Khas yang disediakan di bawah Akta Perancangan Bandar dan Desa, 1976 (Akta 172) atau Akta (Perancangan) Wilayah Persekutuan 1982 (Akta 267).

Undang-undang yang berkaitan adalah seperti berikut:

1. Akta Kerajaan Tempatan 1976 [Akta 17]

- (i) Undang-undang Kecil Iklan (Wilayah Persekutuan) 1982 [P.U.(A) 187/1982]
- (ii) Undang-undang Kecil Iklan (Wilayah Persekutuan Putrajaya) 2002 [P.U.(A) 290/2002]
- (iii) Undang-undang Kecil Majlis Perbandaran Labuan (Iklan) 1996 [P.U.(A) 241/1996]

2. Akta Jalan, Parit dan Bangunan 197 [Akta 13]

- (i) Undang-undang Kecil Bangunan (Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur) 1985 [P.U.(A) 537/1985]
- (ii) Undang-undang Kecil Bangunan Seragam (Selangor) – terpakai di Putrajaya
- (iii) Undang-undang Kecil (Bangunan) 1951 – terpakai di Labuan

3. Akta Perancangan Bandar dan Desa 197 [Akta 1]

- (i) Rancangan Tempatan Putrajaya (Mengikut Presint)
- (ii) Draf Rancangan Tempatan Labuan 2030

4. Akta (Perancangan) Wilayah Persekutuan 198 [Akta 27]

- (i) Draf Pelan Bandaraya Kuala Lumpur 2020

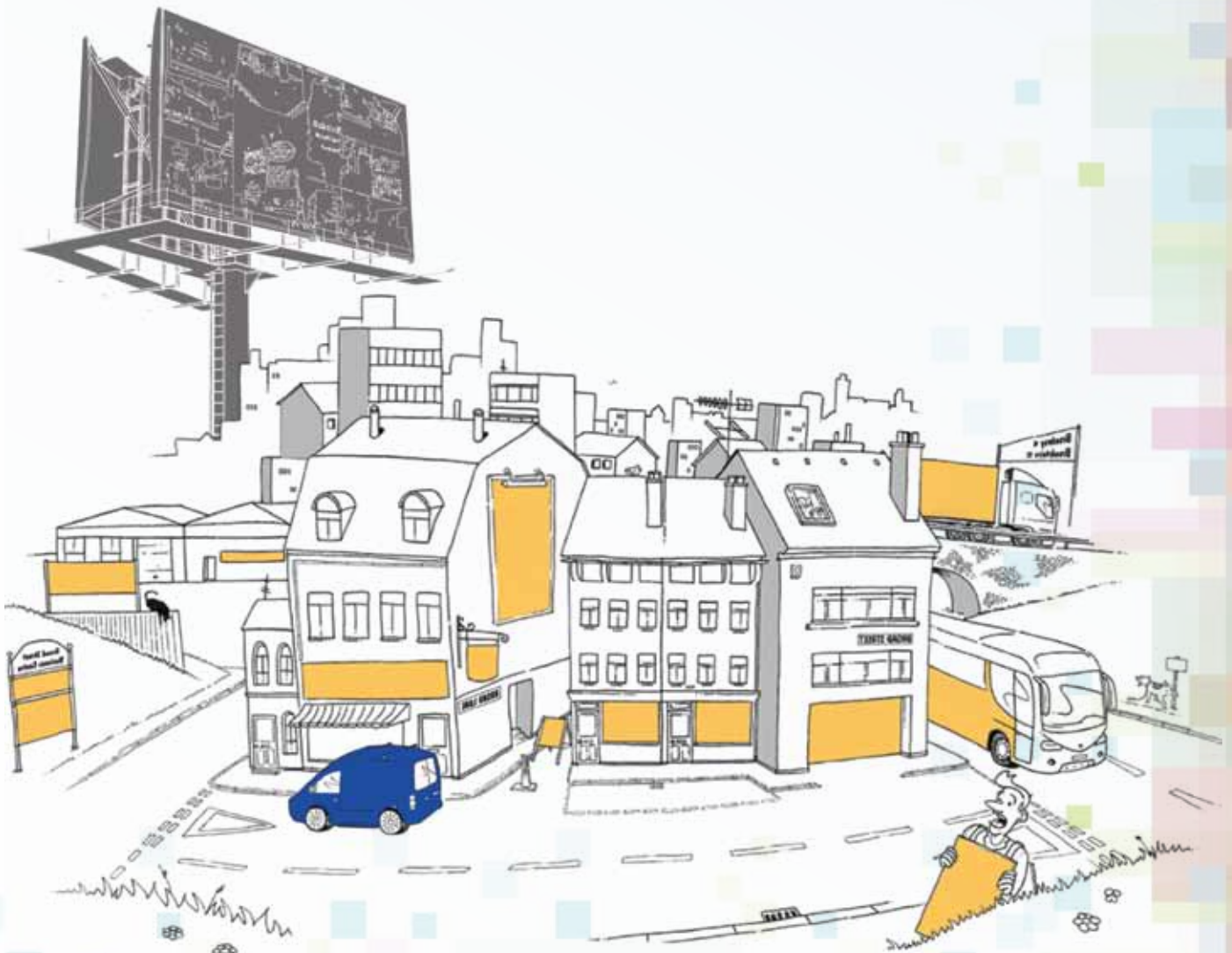
5. Akta Pengangkutan Jalan 198 [Akta 33]

6. Akta Pengangkutan Awam Darat 2010 [Akta 75]

7. Akta Penerbangan Awam 1969 [Akta 3]

8. Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 [Akta 588]

Nota : Perundangan yang disenaraikan adalah sah dan terpakai sehingga tarikh cetakan Garis Panduan ini.

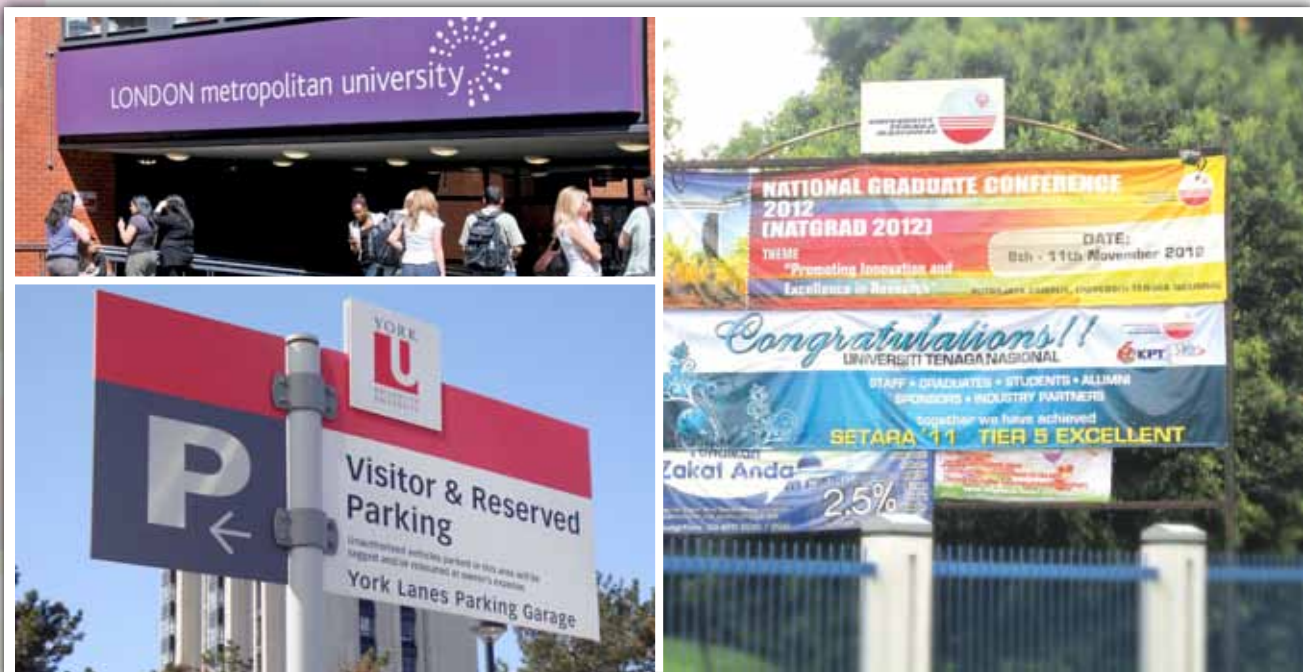


LAMPIRAN 3 – PENGIKLANAN TERKAWAL

1. Iklan ubat, rawatan perubatan dan fasiliti perubatan serta iklan makanan dan minuman yang terkawal seperti produk kesihatan - Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM)



2. Iklan Institusi Pengajian Tinggi Dalam dan Luar Negara - Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia



3. Iklan elektronik - PBT perlu merujuk Kod Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia (CMCF) yang dikeluarkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia.



GARIS PANDUAN IKLAN WILAYAH PERSEKUTUAN
Cetakan Pertama Disember 2012

“

“...saya berharap pengurusan dan pemasangan paparan iklan di Wilayah Persekutuan dapat diseragamkan serta lebih teratur dan terancang. Matlamat utama Kementerian adalah supaya di samping memenuhi permintaan pemasangan iklan oleh komuniti perniagaan, keselamatan dan keselesaan penduduk”.

”

Petikan dari perutusan:

Dato' Adnan Bin Md Ikshan

Ketua Setiausaha

Kementerian Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar