

**TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA
PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL
DARATISTA DI JEMBER TANGGAL 17 DESEMBER
2003 YANG DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO
PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999**

SKRIPSI

Diajukan guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi
Syarat-syarat Untuk Menyelesaikan Program
Ilmu Hukum (S1) dan Mencapai
Gelara Sarjana Hukum



Oleh :

Trisnaningtyas Murnisari

NIM : 000710101183

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2004**

**TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA
PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL
DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DESEMBER
2003 YANG DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO
PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999**



**TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA
PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL
DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DESEMBER
2003 YANG DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO
PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999**

Disusun Oleh:

TRISNANINGTYAS MURNISARI

Nim. 000710101183

Pembimbing:

H. KUSMONO, S.H.,M.M.

Nip. 130 161 942

Pembantu Pembimbing:

MARDI HANDONO, S.H.,M.H

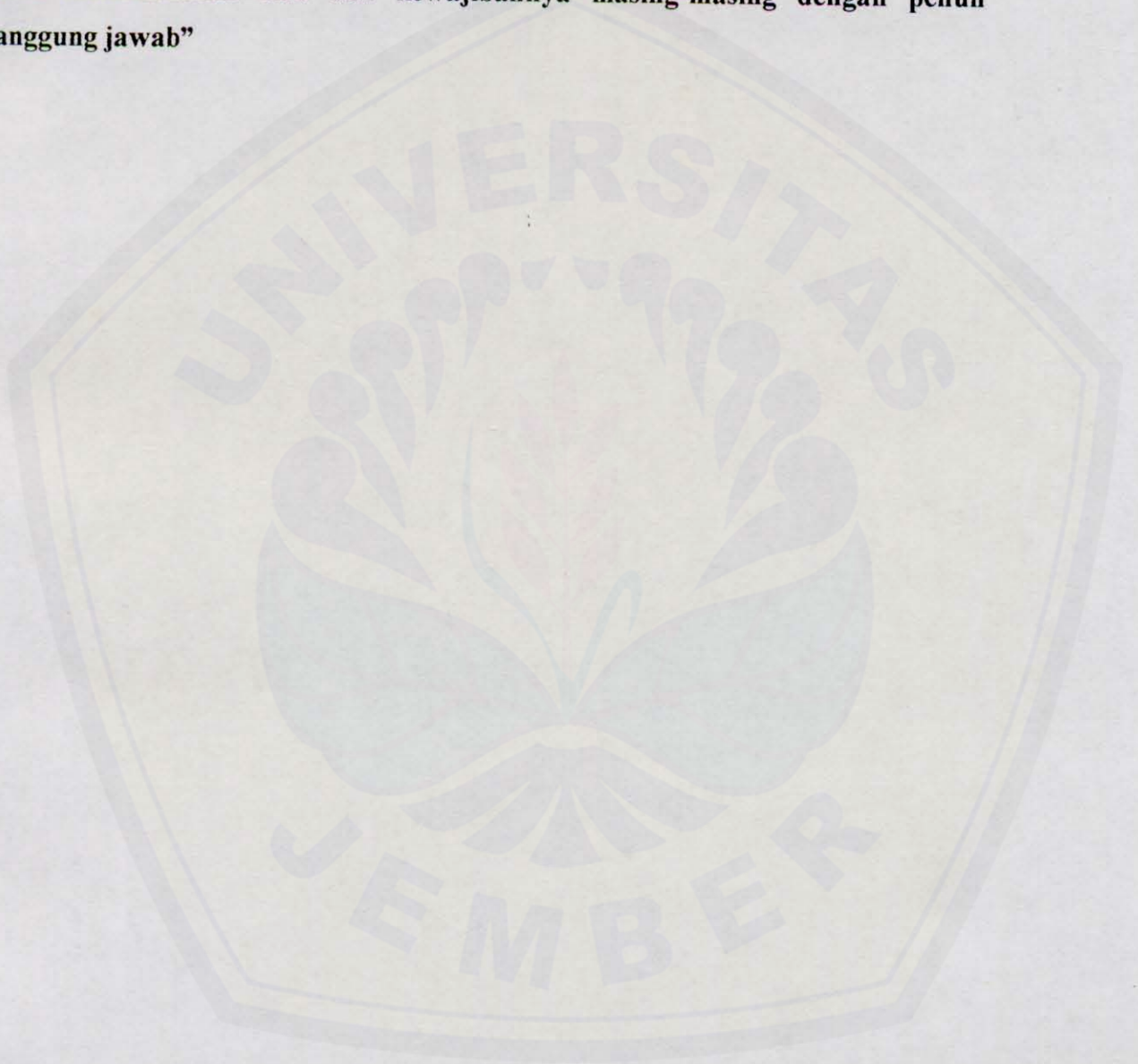
Nip. 131 832 299

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2004

MOTTO

‘Semua akan berjalan dengan baik apabila semua orang mengetahui, mengerti serta melaksanakan hak dan kewajibannya masing-masing dengan penuh tanggung jawab’



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi Ini Untuk:

1. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah memberikan kesabaran, kasih sayang serta doa restu dalam mengiringiku meraih cita-cita.
2. Alma Materku tercinta jayalah selalu.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini membimbingku selama kuliah.
4. Mas Teguh dan Mba' Sri serta si imut Zahra yang selalu memberikan semangat dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
5. Yang selalu ada dihatiku Harry yang tak hentinya menemaniku, memberikan perhatian dan semangat selama penyusunan skripsi ini. I will be waiting for you. Don't make me dissapointed ok!

PERSETUJUAN

Dipertahankan dihadapan panitia penguji pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 30

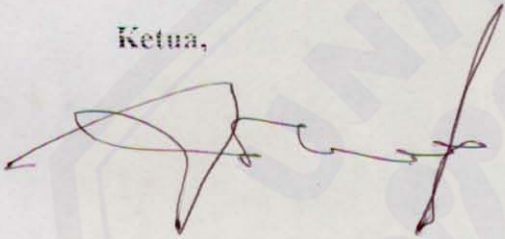
Bulan : Juni

Tahun : 2004

Diterima oleh panitia penguji Fakultas Hukum Universitas Jember.

Panitia Penguji:

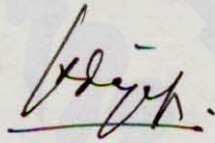
Ketua,



H. ARIE SUDJATNO, S.H.

Nip. 130 368 777

Sekretaris,



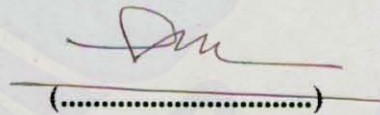
HIDAJATI, S.H.

Nip. 130 781 336

Anggota Panitia Penguji:

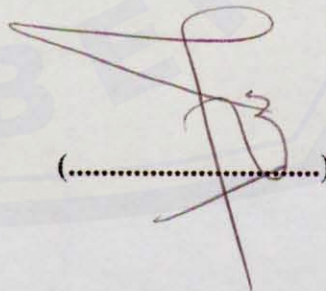
1. H. KUSMONO, S.H., M.M

Nip. 130 161 942


(.....)

2. MARDI HANDONO, S.H., M.H

Nip. 131 832 299


(.....)

PENGESAHAN

SKRIPSI DENGAN JUDUL:
TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA
PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL
DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DESEMBER
2003 YANG DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO
PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999

Disusun Oleh:

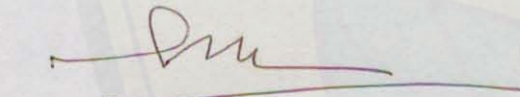
TRISNANINGTYAS MURNISARI

Nip. 000710101183

Telah Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Pembantu Pembimbing,



H. KUSMONO, S.H., M.M

Nip. 130 161 942



MARDI HANDONO, S.H., M.H

Nip. 131 832 299

MENGESAHKAN
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM

DEKAN



KOPONG PARON PIUS, S.H., S.U

Nip. 130 808 985

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, selama penulis menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DESEMBER 2003 YANG DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999”**.

Adapun penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.

Dengan pengetahuan dan kekurangan yang ada pada penulis, maka skripsi tentunya jauh dari memuaskan, tetapi besar harapan penulis skripsi ini dapat memenuhi maksud dan tujuannya.

Dengan segala bantuan dan bimbingan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan, maka pada kesempatan ini izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Kusmono, S.H., M. M., selaku Pembimbing yang telah memberikan banyak petunjuk, arahan, bimbingan serta saran-saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan;
2. Bapak Mardi Handono, S.H., M. H., selaku Pembantu Pembimbing yang telah dengan sabar memberi bimbingan hingga terselesainya penulisan skripsi ini;
3. Bapak H. Arie Sudjatno, S.H., selaku Ketua Panitia Penguji yang telah banyak memberikan saran dan bantuan demi kesempurnaan skripsi ini;
4. Ibu Hidajati, S.H., selaku Sekretaris Panitia Penguji yang telah banyak memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan skripsi ini;
5. Bapak Kopong Paron Pius, S. H, S.U., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Ibu Dra. Tutik Patmiati, selaku Dosen Wali yang telah memberikan motivasi dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing selama menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Staf dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember atas seluruh bantuan dan pengabdianya;

9. Bapak Luthfi Abdullah selaku Direktur PT. Radio Prosalina yang telah memberikan ijin untuk melakukan studi lapangan;
10. Bapak Soetanto selaku Humas PT. Gudang Garam yang telah memberikan ijin untuk melakukan studi lapangan;
11. Bapak dan Ibu yang telah mendoakan dan memberikan perhatian, semangat dan dorongan demi tercapainya cita-citaku;
12. Mas teguh dan Mba' Sri serta si mungil yang selalu memberikan doa dan kegembiraan dihatiku;
13. Seseorang yang sangat kusayangi Harry "Kakekku"Novian yang telah setia menemani, memberikan kasih sayang dan kesabaran;
14. Sahabat sebelah kamarku "si cantik dan unik" Bety yang selalu mendengarkan aku bercerita, thanks atas kesabaranmu mendengarkan curhat-curhatku. Be good Girl oke?
15. Teman-teman berbagi ceria di kampus: Nia, Hilma, Ratih, Yuli, Lisa, Aida, Yusron, Ani, Marini, Ellya, Amel, terima kasih atas kenangan manis yang kau berikan;
16. Sahabat-sahabat seperjuangan kost Belitung 15: Bety tegal, Mba' Ifa, Ika, Rindang, Mba' Dini, Mba' Poppy, Mba' Dwi, Mba' Doty, Reni, Indah, Desi, Mifta, Mba' Denok, Mba' Nina, Mba' Dian, terima kasih atas keceriaan yang selama ini kau berikan;
17. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
Semoga karya tulis ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Semoga Allah SWT membalas budi baik Bapak, Ibu dan saudara sekalian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
RINGKASAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penulisan.....	5
1.5 Metodologi.....	5
1.5.1 Pendekatan Masalah.....	5
1.5.2 Sumber Data.....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Analisa Data.....	7
BAB II. FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Fakta.....	8
2.2 Dasar Hukum.....	9
2.3 Landasan Teori	
2.3.1 Perjanjian Pada Umumnya.....	10
2.3.2 Tinjauan Umum Hukum Perlindungan Konsumen.....	13
2.3.3 Pengertian Iklan.....	15
2.3.4 Wanprestasi.....	17

BAB III. PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Perjanjian Iklan Pentas Musik Penampilan Inul Daratista
Yang Dilakukan Oleh PT. Gudang Garam Dengan PT. Radio
Prosalina Jember.18

3.2 Bentuk Wanprestasi Yang Dilakukan PT. Gudang Garam
Terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan Konsumen.25

3.3 Tanggung Jawab PT. Gudang Garam kepada PT. Radio Prosalina
Jember dan Konsumen Dengan Adanya Wanprestasi.27

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan.....31

4.2 Saran.....32

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN:

1. Surat Perjanjian Iklan Pentas Musik Inul Daratista antara PT. Radio Prosalina Jember dan PT. Gudang Garam.
2. Contoh Surat Perjanjian Iklan.
3. Contoh Order Pemasangan Iklan Radio yang dibuat oleh pemasang iklan.
4. Data iklan dan program acara Radio Prosalina Jember.
5. Surat Keterangan telah melakukan penelitian di PT. Radio Prosalina Jember.
6. Surat Keterangan telah melakukan penelitian di PT. Gudang Garam.
7. Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
8. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
9. Undang-undang no. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

RINGKASAN

Kondisi persaingan bisnis yang semakin tinggi dan ketat antara para produsen saat ini, mengakibatkan para pelaku usaha yang memproduksi barang atau jasa menempuh berbagai strategi agar produk yang mereka hasilkan dapat laku keras dan mendapat tempat dipasaran atau paling tidak produk tersebut dikenal luas oleh masyarakat.

Salah satu strategi pemasaran yang ditempuh melalui pemasangan iklan dengan media penyiaran, yang merupakan cara efektif untuk memperkenalkan suatu produk dan merangsang daya beli masyarakat. Langkah awal yang dilakukan produsen adalah mengadakan perjanjian pemasangan iklan dengan pihak perusahaan periklanan dalam hal ini PT. Radio Prosalina Jember.

Permasalahan yang diangkat dalam penulisan skripsi ini adalah tentang bentuk perjanjian yang dilakukan antara PT. Gudang Garam dengan PT. Radio Prosalina Jember, bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan konsumen, dan tanggung jawab PT. Gudang Garam dengan adanya wanprestasi.

Metode penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan pendekatan yuridis normatif, serta sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai data dalam penulisan skripsi ini. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan studi lapangan dan studi kepustakaan, sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisa data yaitu dengan metode deskriptif kualitatif dan untuk menarik kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif.

Berdasarkan pada fakta yang diamati penulis, menunjukkan bahwa perjanjian pemasangan iklan antara PT. Gudang Garam dengan PT. Radio Prosalina Jember dilakukan secara sepihak. Artinya bahwa surat perjanjian pemasangan iklan (standart contract), klausul-klausulnya tersebut dibuat sendiri oleh pihak PT. Radio Prosalina Jember. Prosedur pemasangan iklan dilakukan dengan 2 cara yaitu, pertama: pelaku usaha atau produsen selaku calon pemasang iklan dalam hal ini PT. Gudang Garam datang langsung ke PT. Radio Prosalina

Jember; kedua: produsen atau pemasang iklan dapat menghubungi bagian pemasaran dari PT. Radio Prosalina Jember.

Bentuk wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember adalah telah memberikan informasi tidak benar untuk disiarkan kepada masyarakat, yang akhirnya informasi ini telah merugikan pihak radio. Sedangkan terhadap konsumen atau masyarakat, PT. Gudang Garam tidak bisa merealisasikan penyelenggaraan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember.

Adanya wanprestasi yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan konsumen dalam hal ini masyarakat, lebih diutamakan penyelesaian secara musyawarah dan apabila upaya tersebut tidak dapat menghasilkan perkembangan yang positif, maka baru akan ditempuh dengan jalan upaya hukum. Namun upaya ini belum pernah ditempuh oleh pihak PT. Gudang Garam.

Saran yang dapat diberikan penulis pada PT. Gudang Garam hendaknya perlu adanya kerjasama dengan perusahaan asuransi untuk mengalihkan segala risiko yang mungkin terjadi akibat peristiwa yang berada diluar kemampuannya.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia usaha yang tidak terelakkan didalam suatu sistem ekonomi pasar tampak kian gencar seiring dengan tumbuhnya perekonomian. Globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan atau jasa yang ditawarkan. Para produsen memanfaatkan keadaan ini untuk saling bersaing salah satunya dengan persaingan pemberian informasi (iklan). Persaingan disini harus dilaksanakan secara sehat dan berdasarkan itikad baik (Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, 2001:11).

Bahkan keberhasilan perekonomian secara nasional banyak ditentukan oleh kegiatan periklanan dalam menunjang usaha penjualan yang menentukan kelangsungan hidup produksi pabrik-pabrik, terciptanya lapangan kerja, serta adanya hasil yang menguntungkan dari seluruh uang yang diinvestasikan.

Suatu perusahaan dalam mempromosikan dagangannya dapat menggunakan jasa lain yang secara tidak langsung juga mengenalkan produk dagangannya. Dan cara yang paling efektif digunakan adalah dengan menyiarkannya di radio.

Iklan diharapkan dapat memberikan informasi yang benar kepada masyarakat. Sedangkan pelaku usaha atau produsen yang mempunyai informasi harus merealisasikan sesuai dengan iklan yang ditayangkan. Tujuan periklanan dalam hal ini adalah memberikan informasi kepada khalayak masyarakat untuk mengetahui suatu barang/ jasa dengan harapan masyarakat atau konsumen tahu dan kemudian tertarik untuk membeli. Iklan merupakan salah satu wujud tahap pemasaran yang kerap kali dijadikan ujung tombak bagi produsen untuk memperkenalkan barang-barang produksi serta jasa kepada masyarakat.

Tidak hanya pada aspek bisnis saja, perjanjian pemasangan iklan dengan media elektronik harus dikaji secara yuridis. Karena hal itu mempengaruhi kepastian hukum bagi para pihak yang mengadakan perjanjian pemasangan iklan

tersebut. Penciptaan kepastian hukum disini disamping bertujuan untuk menciptakan keadilan juga untuk memberikan kejelasan hak-hak, kewajiban serta tanggung jawab bagi para pihak yang tercantum dalam perjanjian pemasangan iklan tersebut. Selain itu pula tanggung jawab para pihak harus dapat dipenuhi, karena wanprestasi yang dilakukannya.

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, akan tetapi perlindungan konsumen dapat mendorong iklim usaha yang sehat dan bertanggung jawab serta terlindunginya kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif. Dengan diterbitkannya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 diharapkan dapat menempatkan posisi konsumen tidak lagi sebagai obyek aktivitas bisnis semata, tetapi sebagai subyek dalam perekonomian kita.

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 pasal 2 dan 3, terdapat asas dan tujuan bagi perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan guna mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dalam memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;

5. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar pelaku usaha dan konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun yang dimaksud pelaksanaan aspek tanggung jawab pelaku usaha (produsen) terhadap konsumen, yaitu produsen terlebih dahulu harus memperhatikan proses tanggung jawabnya. Sedangkan tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen diatur dalam bab VI pasal 19 sampai 28. Tanggung jawab pelaku usaha dapat dikompensasi dalam bentuk pemberian ganti kerugian melalui upaya damai atau lewat jalur pengadilan. Berarti lingkup hubungan hukumnya adalah tanggung jawab perdata.

Perkembangan hukum terhadap perlindungan konsumen, secara tidak langsung menimbulkan suatu bentuk tanggung jawab yang besar bagi produsen terhadap barang-barang hasil produksinya guna memberikan keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Dengan demikian sudah sewajarnya suatu perusahaan atau pelaku usaha wajib bertanggung jawab bila suatu saat konsumen menderita kerugian akibat mengkonsumsi atau mempergunakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh perusahaannya.

Apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi maka harus memberikan ganti rugi yang sesuai. Ini merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan bagi pelaku usaha yang telah ingkar janji.

Pada pasal 1243 Kitab Undang-undang Hukum Perdata disebutkan bahwa penggantian biaya, rugi dan bunga karena tak terpenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berhutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis melakukan penelitian dan pembahasan dalam skripsi yang berjudul: **TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DESEMBER 2003 YANG**

DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999.

1.2 Ruang Lingkup

Agar dalam penulisan skripsi ini mencapai sasaran seperti yang diinginkan dan tidak terjadi penyimpangan dari tujuan yang ingin dicapai serta pembahasan yang luas, maka perlu diuraikan mengenai batasan ruang lingkup dari materi yang dibahas.

Adapun ruang lingkup dari materi yang dibahas mengenai tanggung jawab PT. Gudang Garam atas batalnya penyelenggaraan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember pada tanggal 17 Desember 2003 yang diiklankan melalui PT. Radio Prosalina menurut UU No. 8 Tahun 1999.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perjanjian iklan pentas musik penampilan Inul Daratista antara PT. Gudang Garam dengan PT. Radio Prosalina Jember?
2. Bagaimana bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan konsumen?
3. Bagaimana tanggung jawab yang dilakukan PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan konsumen dengan adanya wanprestasi?

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan yang hendak dicapai dalam penyusunan skripsi ini meliputi tujuan umum dan tujuan khusus.

1.4.1 Tujuan umum dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. merupakan tujuan yang bersifat akademis guna memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dan tugas untuk mencapai gelar sarjana hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. untuk melengkapi bahan referensi sebagai sarana informasi bagi teoritis dan praktisi hukum.
3. untuk membantu proses pengembangan ilmu hukum dan sebagai sumbangan pemikiran bagi kalangan umum dan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember.

1.4.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dalam penulisan skripsi ini:

1. untuk membahas dan mengkaji bentuk perjanjian iklan pentas musik penampilan Inul Daratista yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam dengan PT. Radio Prosalina Jember.
2. untuk membahas dan mengkaji bentuk wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan konsumen.
3. untuk membahas dan mengkaji bagaimana tanggung jawab PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan konsumen dengan adanya wanprestasi.

1.5 Metodologi

Metodologi adalah suatu jalan ke pengetahuan, suatu system dari tehnik dan prosedur penelitian untuk mendapatkan data (Waluyo,1996:17). Metode yang dipergunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Pendekatan Masalah

Penulis menggunakan pendekatan yuridis empiris, yaitu penulis tidak hanya berusaha mempelajari pasal demi pasal dan perundang-undangan, pandangan atau pendapat para ahli dan menguraikan dalam skripsi ini,

namun juga menggunakan bahan-bahan yang sifatnya normative dalam rangka mengolah dan menganalisis data-data dari lapangan yang disajikan sebagai pembahasan (Hilman Hadikusuma, 1995:63).

1.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan dan studi lapangan dengan cara observasi untuk mendapatkan data yang aktual pada obyek penelitian. Hal ini digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan data sehingga dapat memberikan kemungkinan-kemungkinan baru dalam penelitian yang timbul dan mungkin tidak ditemukan dalam literature.

Sumber data primer ini merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan yaitu berupa keterangan dari PT. Gudang Garam Jember dan PT. Radio Prosalina Jember sebagai narasumber dalam penyusunan skripsi ini dengan melalui metode wawancara atau interview. Sumber data primer ini bertujuan untuk memperoleh pembahasan sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tertulis yang diperoleh dengan melakukan penelitian kepustakaan yaitu dari literature, peraturan perundang-undangan dan dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan obyek yang diteliti (Ronny Hanitijo Soemitro 1988:11).

Data sekunder ini diperoleh dari studi kepustakaan yang berupa buku-buku literature, teori-teori, peraturan-perundang-undangan serta kajian ilmiah perpustakaan yang berhubungan dengan permasalahan dalam skripsi ini.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Studi Kepustakaan.

Pengumpulan data yang dilakukan melalui study kepustakaan yang diperoleh dengan membaca atau mempelajari referensi, buku-buku literature, pendapat sarjana, bahan kepustakaan seperti peraturan perundang-undangan, Koran, majalah, internet, teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas maupun materi perkuliahan.

2. *Interview*(wawancara).

Interview yaitu penelitian langsung dilapangan dengan tehnik wawancara langsung dengan pihak PT. Gudang Garam Jember dan PT. Radio Prosalina Jember sehingga diperoleh keterangan dan data yang selengkap-lengkapny.

1.5.4 Analisa Data

Setelah semua data terkumpul, kemudian dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Metode deskriptif kualitatif yaitu metode untuk memperoleh gambaran singkat mengenai suatu permasalahan yang tidak didasarkan atas bilangan statistik tetapi didasarkan atas analisa yang diuji dengan norma-norma dan kaidah-kaidah hokum yang berkaitan dengan masalah yang dibahas(Ronny Hanitijo Soemitro, 1988: 138).

Proses selanjutnya adalah menarik kesimpulan yang dilakukan dengan menggunakan metode deduktif, yaitu suatu cara mengambil kesimpulan yang dimulai dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus.



BAB II.

FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI

2.1 Fakta

Berdasarkan fakta yang terjadi di masyarakat, pada tanggal 17 Desember 2003 di Jember jam 19.00 WIB di Gedung Olah Raga (GOR) Jember akan diadakan pentas musik penampilan Inul Daratista. Pentas ini diselenggarakan oleh PT. Gudang Garam Jember untuk mempromosikan rokok sebagai barang dagangannya. Yaitu menampilkan penampilan Inul Daratista dan Ada Band. Tiket pentas musik tersebut seharga Rp. 15.000,-. Pihak PT. Gudang Garam kemudian bekerjasama dengan beberapa radio salah satunya adalah PT. Radio prosalina Jember untuk mempromosikannya kepada masyarakat. Setelah selama 2 minggu iklan pementasan Inul Daratista tersebut menghiasi radio, satu minggu kemudian pihak PT. Gudang Garam dan PT. Radio Prosalina Jember mendapatkan peringatan dari MUI Jember untuk tidak menampilkan Inul Daratista di Jember. Kemudian PT. Gudang Garam meminta kepada PT. Radio Prosalina Jember untuk mengubah iklan yang sudah ada dengan mengabarkan tentang pembatalan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember, tetapi masih tetap menampilkan Ada Band.

Pada kenyataannya masyarakat sudah membeli tiket pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember. Mereka kecewa dengan tindakan PT. Gudang Garam sebagai penyelenggara dan kepada PT. Radio Prosalina Jember sebagai pemberi kabar. Kemudian masyarakat meminta ganti rugi kepada PT. Gudang Garam dan PT. Radio Prosalina Jember yang telah melakukan wanprestasi.

Kasus diatas dapat disimpulkan bahwa PT. Gudang Garam sebagai penyelenggara telah melakukan wanprestasi. Sedangkan pihak PT. Radio Prosalina Jember telah menyiarkan berita yang tidak benar.

2.2. Dasar Hukum

Dasar hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Kitab Undang-undang Hukum Perdata

a. Pasal 1233

Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang.

b. Pasal 1234

Tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu.

c. Pasal 1243

“Penggantian biaya, rugi dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berhutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya”.

d. Pasal 1247

Si berhutang hanya diwajibkan mengganti biaya, rugi dan bunga yang nyata telah, atau sedianya harus dapat diduganya sewaktu perikatan dilahirkan, kecuali jika hal tidak dipenuhinya perikatan itu disebabkan sesuatu tipu-daya yang dilakukan olehnya.

e. Pasal 1313

Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

f. Pasal 1320

Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

1. sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. suatu hal tertentu;
4. suatu sebab yang halal.

g. Pasal 1338

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”.

2. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

a. Pasal 8 ayat (1) huruf f

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/ atau jasa tersebut.

b. Pasal 9 ayat (1) huruf k

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa secara tidak benar, dan/ atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

c. Pasal 19 ayat 1

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/ atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

d. Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

3. Undang-undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

4. Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Perjanjian Pada Umumnya

A. Pengertian Perjanjian.

Pengertian perjanjian menurut pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata sebagai berikut:

“ suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

Definisi perjanjian menurut Subekti adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal (1981:11).

Definisi perjanjian menurut R. Setiawan, perjanjian adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. (1992:49).

B. Syarat-syarat Sah Perjanjian.

Kitab Undang-undang Hukum Perdata menentukan empat syarat yang harus ada pada setiap perjanjian, sebab dengan dipenuhinya syarat-syarat tersebut perjanjian berlaku sah. Syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan dirinya;

Syarat ini merupakan syarat subyektif, karena mengenai subyek dari perjanjian. Dengan kata sepakat berarti bahwa kedua belah pihak harus mempunyai kebebasan berkehendak. Para pihak tidak boleh mendapat tekanan yang mengakibatkan adanya “cacad” bagi perwujudan kehendak. Hal ini berdasarkan atas asas perjanjian konsensualisme atau kesepakatan kedua belah pihak.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

Kedua belah pihak harus cakap menurut hukum untuk bertindak sendiri sebagaimana yang tercantum dalam pasal 1329 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Beberapa orang dinyatakan “tidak cakap” dalam hal membuat persetujuan sendiri, persetujuan dengan akibat-akibat hukum yang sempurna.

Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata orang yang dianggap cakap dalam bertindak apabila seseorang itu sudah berumur 18 tahun, sedangkan orang yang masuk dalam kategori tidak cakap bertindak adalah orang-orang yang berada dibawah umur dan yang berada di bawah pengampuan.

3. Suatu hal tertentu;

Yang diperjanjikan dalam suatu perjanjian, haruslah suatu hal atau suatu barang yang cukup jelas atau tertentu. Obyek tertentu itu dapat berupa benda yang sekarang ada atau nanti akan ada.

4. Suatu sebab yang halal;

Bahwa suatu perjanjian yang dibuat secara sah tidak bertentangan dengan undang-undang. Perjanjian harus jelas dan tidak bertentangan juga dengan kesusilaan dan ketertiban umum.

Syarat sah perjanjian wajib dipenuhi. Namun dalam perjanjian itu sendiri terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi juga, yaitu:

1. ada pihak-pihak;
2. ada persetujuan antara pihak-pihak itu;
3. ada tujuan yang akan dicapai;
4. ada prestasi yang akan dilaksanakan;
5. ada bentuk tertentu;
6. ada syarat-syarat tertentu.

C. Asas-asas Dalam Perjanjian.

Empat asas pokok yang mendasari hukum perjanjian adalah:

1. Asas Kebebasan Berkontrak;

Asas ini mempunyai arti bahwa setiap orang boleh mengadakan perjanjian apa saja walaupun belum atau tidak diatur dalam undang-undang. Walaupun berlaku asas ini, kebebasan berkontrak tersebut dibatasi oleh tiga hal, yaitu tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan kesusilaan, dan tidak bertentangan dengan ketertiban umum.

2. Asas Itikad Baik;

Dalam suatu perjanjian harus didasari atas itikad yang baik dari kedua belah pihak. Salah satu pihak tidak boleh membuat perjanjian yang bertujuan untuk merugikan pihak lainnya.

3. Asas *Pacta Sunt Servanda*;

Asas ini berhubungan dengan mengikatnya suatu perjanjian. Perjanjian yang dibuat secara sah oleh para pihak adalah mengikat bagi mereka yang membuat seperti undang-undang.

Maksud asas ini dalam suatu perjanjian, tidak lain adalah untuk mendapatkan kepastian hukum bagi para pihak yang telah membuat perjanjian itu.

4. Asas Konsensualisme;

Asas ini mengandung arti bahwa perjanjian itu terjadi (ada) sejak tercapainya kata sepakat. Dengan kata lain, perjanjian itu sudah ada dalam arti telah mempunyai akibat hukum atau sudah mengikat sejak tercapainya kata sepakat antara pihak-pihak mengenai pokok perjanjian.

2.3.2 Tinjauan Umum Hukum Perlindungan Konsumen.

2.3.2.1 Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen menurut pasal 1 ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

2.3.2.2 Hak dan Kewajiban konsumen.

Hak konsumen menurut pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen menurut pasal 5 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/ atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/ atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2.3.2.3 Pengertian Pelaku Usaha.

Pengertian pelaku usaha menurut pasal 1 ayat 3 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

2.3.2.4 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.

Hak pelaku usaha menurut pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha menurut pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau jasa diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan / atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2.3.3 Pengertian Iklan

Menurut Pusat Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (2001:421), dalam bukunya Kamus besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa, pengertian iklan adalah berita pesanan untuk mendorong atau membujuk kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang ditawarkan.

Pengertian iklan menurut Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat suara media, dan dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

Ketentuan didalam iklan memuat antara lain:

1. Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Arti jujur: iklan tidak boleh menyesatkan, yaitu dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui, dan memberikan janji-janji yang berlebihan. Arti bertanggung jawab: iklan tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan dan merugikan masyarakat;
2. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan/ atau merendahkan martabat agama, tata susila, adat, budaya, suku, dan golongan;
3. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

Menurut pasal 17 ayat 1 dan 2 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang;

Ayat 1:

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/ atau tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/ atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/ garansi terhadap barang dan/ jasa;
- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
- d. tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
- e. mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Ayat 2:

Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

Ketentuan didalam iklan memuat antara lain:

1. Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku. Arti jujur: iklan tidak boleh menyesatkan, yaitu dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui, dan memberikan janji-janji yang berlebihan. Arti bertanggung jawab: iklan tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan dan merugikan masyarakat;
2. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan/ atau merendahkan martabat agama, tata susila, adat, budaya, suku, dan golongan;
3. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

Menurut pasal 17 ayat 1 dan 2 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang;

Ayat 1:

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/ atau tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/ atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/ garansi terhadap barang dan/ jasa;
- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
- d. tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
- e. mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Ayat 2:

Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

2.3.4 Pengertian Wanprestasi

Kata wanprestasi berasal dari bahasa Belanda “wanprestatie”. Jadi yang dimaksud dengan wanprestasi adalah tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perikatan, baik perikatan yang timbul karena perjanjian maupun perikatan yang timbul karena undang-undang (Muh 1992:20).

2.3.4.1 Bentuk dan Timbulnya Wanprestasi.

1. tidak memenuhi prestasi sama sekali;
bahwa debitur tersebut tidak memenuhi kewajiban yang telah disanggupinya untuk dipenuhi dalam suatu perjanjian.
2. memenuhi prestasi tetapi keliru;
disini debitur melaksanakan atau memenuhi apa yang diperjanjikan tetapi tidak sebagaimana mestinya menurut kualitas yang ditentukan dalam perjanjian.
3. terlambat melakukan prestasi;
bahwa debitur memenuhi prestasi tetapi terlambat.

Wanprestasi dapat timbul dari 2 hal:

1. kesengajaan, maksudnya perbuatan itu memang diketahui atau dikehendaki oleh debitur.
2. kelalaian, maksudnya si debitur tidak mengetahui adanya kemungkinan bahwa akibat itu akan timbul.

2.3.4.2 Akibat Wanprestasi.

Akibat wanprestasi adalah:

1. debitur diharuskan membayar ganti kerugian yang telah diderita oleh kreditur (pasal 1234 KUHPerdara);
2. wanprestasi dari satu pihak memberikn hak kepada pihak lain untuk membatalkan atau memutuskan perjanjian;
3. resiko beralih kepada debitur sejak terjadinya wanprestasi (pasal 1237 ayat 2 KUHPerdara);
4. membayar biaya perkara apabila diperkarakan dimuka hakim;
5. memenuhi perjanjian jika masih dilakukan, atau pembatalan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian (pasal 1267 KUHPerdara).

2.3.4 Pengertian Wanprestasi

Kata wanprestasi berasal dari bahasa Belanda “wanprestatie”. Jadi yang dimaksud dengan wanprestasi adalah tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perikatan, baik perikatan yang timbul karena perjanjian maupun perikatan yang timbul karena undang-undang (Muh 1992:20).

2.3.4.1 Bentuk dan Timbulnya Wanprestasi.

1. tidak memenuhi prestasi sama sekali;
bahwa debitur tersebut tidak memenuhi kewajiban yang telah disanggupinya untuk dipenuhi dalam suatu perjanjian.
2. memenuhi prestasi tetapi keliru;
disini debitur melaksanakan atau memenuhi apa yang diperjanjikan tetapi tidak sebagaimana mestinya menurut kualitas yang ditentukan dalam perjanjian.
3. terlambat melakukan prestasi;
bahwa debitur memenuhi prestasi tetapi terlambat.

Wanprestasi dapat timbul dari 2 hal:

1. kesengajaan, maksudnya perbuatan itu memang diketahui atau dikehendaki oleh debitur.
2. kelalaian, maksudnya si debitur tidak mengetahui adanya kemungkinan bahwa akibat itu akan timbul.

2.3.4.2 Akibat Wanprestasi.

Akibat wanprestasi adalah:

1. debitur diharuskan membayar ganti kerugian yang telah diderita oleh kreditur (pasal 1234 KUHPerdara);
2. wanprestasi dari satu pihak memberikn hak kepada pihak lain untuk membatalkan atau memutuskan perjanjian;
3. resiko beralih kepada debitur sejak terjadinya wanprestasi (pasal 1237 ayat 2 KUHPerdara);
4. membayar biaya perkara apabila diperkarakan dimuka hakim;
5. memenuhi perjanjian jika masih dilakukan, atau pembatalan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian (pasal 1267 KUHPerdara).



BAB III PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Perjanjian Iklan Pentas Musik Penampilan Inul Daratista Yang Dilakukan Oleh PT. Gudang Garam dengan PT. Radio Prosalina Jember.

Hubungan hukum dan atau masalah antara konsumen dengan penyedia barang atau penyelenggara jasa, umumnya terjadi melalui suatu perikatan, baik karena perjanjian atau karena undang-undang.

Perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana 2 orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal mengenai harta kekayaan. Dengan definisi ini jelas terdapat konsensus antara pihak-pihak untuk melaksanakan sesuatu hal, mengenai harta kekayaan, yang dapat dinilai dengan uang. Apabila dirinci maka perjanjian itu mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

1. ada pihak-pihak, sedikit-dikitnya 2 orang;
2. ada persetujuan antara pihak-pihak itu;
3. ada obyek yang berupa benda;
4. ada tujuan bersifat kebendaan;
5. ada bentuk tertentu, lisan atau tulisan.

Berdasarkan pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata orang bebas untuk mengatur sendiri isi perjanjian yang akan mengikat pembuatnya. Perjanjian yang tidak memenuhi syarat-syarat yang terdapat dalam pasal ini maka tidak akan diakui oleh hukum, walaupun diakui oleh pihak-pihak yang membuatnya. Selagi pihak-pihak mengakui dan mematuhi perjanjian yang mereka buat, kendatipun tidak memenuhi syarat-syarat, perjanjian itu berlaku antara mereka. Bahkan orang dapat memperjanjikan, bahwa ia tak bertanggung jawab terhadap kerugian yang timbul karena kelalaiannya (atau hanya bertanggung jawab sampai batas-batas tertentu saja). Kiranya memang prinsip yang patut sekali, bahwa para pihak sendirilah yang menentukan, apakah mereka mau terikat dalam suatu perjanjian atau tidak, dan sampai seberapa jauh mereka hendak

terikat kepada perjanjian yang mereka buat, sebab pada akhirnya mereka sendirilah yang harus bertanggung jawab terhadap pelaksanaan isi perjanjian.

Pemasangan iklan dengan media radio sebagai salah satu bagian dari strategi pemasaran adalah sangat efektif untuk menciptakan opini publik walaupun visualisasi kedalam media penyiaran tersebut sangat terbatas. Keterbatasan yang ditampilkan oleh iklan dengan media penyiaran membuat para khalayak lebih mudah memahami pesan-pesan yang dibawa iklan tersebut, disamping itu segi positif atau keuntungan bagi produsen dalam periklanan itu ada satu beban moral yang harus dipikulnya yaitu tanggung jawab terhadap konsumen terhadap validitas informasi yang ditampilkan kedalam media iklan tersebut.

Sebelum iklan dari produk atau jasa sebuah perusahaan ditayangkan oleh suatu media yang dipilihnya untuk proses pemasaran, maka terlebih dahulu diadakan perjanjian pemasangan iklan yang didalamnya akan terjadi kesepakatan antara para pihak.

Hukum perjanjian menganut asas hukum kebebasan berkontrak, dalam membuat perjanjian pada prinsipnya menganut asas kebebasan berkontrak khususnya dalam lapangan hukum perdata yang mengatakan bahwa pada dasarnya orang bebas untuk melakukan sesuatu, selama hal itu tidak dilarang. Hukum membiarkan sedapat mungkin individu mengurus dan menyelenggarakan kepentingan privatnya sendiri dan campur tangan hanya untuk segi-segi yang mengandung unsur kesusilaan, ketertiban umum atau singkatnya yang berkaitan dengan kepentingan umum.

Asas kebebasan berkontrak secara umum memang asas yang baik dan sangat patut, tetapi kalau para pihak yang saling mengikatkan diri kedudukannya seperti yang ada kalanya kita lihat dalam praktek tidak seimbang, maka kebebasan itu dapat melalui cara-cara yang tidak dibenarkan menghasilkan suatu perjanjian yang berat sebelah, yang dirasakan terlalu memberatkan dan karenanya dirasakan tidak patut.

Berdasarkan pada pasal 1338 kitab Undang-undang Hukum Perdata, pada umumnya perjanjian tidak dapat ditarik kembali, kecuali dengan persetujuan

kedua belah pihak atau berdasarkan alasan-alasan yang ditetapkan oleh undang-undang.

Dalam perjanjian pemasangan iklan terdapat beberapa pihak yang terlibat didalamnya, yaitu:

- a. pelaku sebagai pengiklan, produsen, distributor barang dan jasa atau perusahaan yang menggunakan atau pemasang iklan;
- b. biro iklan sebagai pihak yang mempertemukan antara pengiklan dan media(sarana atau tempat pemasangan iklan);
- c. media cetak atau elektronik, yang mempublikasikan atau mempromosikan materi iklan.

Perjanjian pemasangan iklan pentas musik penampilan Inul Daratista di PT. Radio Prosalina Jember dengan PT. Gudang Garam sedikit menyimpang dari ketentuan yang terdapat dalam buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Adanya kelebihan ekonomis atau psikologis pada salah satu pihak dalam perjanjian memungkinkan, bahwa salah satu pihak lebih dominan dalam menentukan syarat-syarat perjanjian, seperti yang sering tampak pada perjanjian-perjanjian standart, sehingga pihak yang lain hanya ada kesempatan untuk menerima atau menolak perjanjian yang disodorkan kepadanya. Tetapi yang sering dilupakan orang adalah bahwa kesemuanya itu sebenarnya dimungkinkan oleh asas kebebasan berkontrak itu sendiri, yang dianut oleh Kitab undang-undang Hukum Perdata karena dinilai baik, dan karenanya merupakan suatu kerugian yang terpaksa harus turut terbeli dengan diterimanya asas kebebasan berkontrak.

Dalam bentuk perjanjian, memang merupakan suatu perjanjian yang konsep atau *draft*-nya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak, biasanya penjual dan atau produsen.

Dari bentuknya, perjanjian iklan pentas musik penampilan inul Daratista tersebut merupakan bentuk perjanjian baku(*standart contract*). Perjanjian iklan ini dibuat secara tertulis telah dibuat oleh satu pihak saja tanpa adanya pihak yang lain. Naskah perjanjian iklan ini dibuat oleh PT. Radio Prosalina Jember.

Perjanjian Baku merupakan istilah bahasa Belanda, yaitu "*standart contract*" atau "*stadart voor waarden*". Baku berarti patokan, ukuran, acuan. Jika

Jika bahasa hukum dibakukan, berarti bahasa hukum itu ditentukan ukurannya, patokannya, standarnya, sehingga memiliki arti tetap yang dapat menjadi pegangan umum. Perjanjian ini disamping memuat aturan-aturan yang umumnya biasa tercantum dalam suatu perjanjian, memuat pula persyaratan-persyaratan khusus baik berkenaan dengan pelaksanaan perjanjian, menyangkut hal-hal tertentu dan atau berakhirnya perjanjian itu. Dalam bentuk suatu perjanjian tertentu memang merupakan suatu perjanjian, dalam bentuk formulir atau lain-lain, dengan materi (syarat-syarat) tertentu dalam perjanjian tersebut.

Perjanjian dengan syarat-syarat baku terjadi dengan berbagai cara. Sampai saat ini berlakunya perjanjian dengan syarat-syarat baku itu antara lain dengan cara:

1. memuatnya dalam butir-butir perjanjian yang konsepnya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak biasanya adalah produsen. Pokoknya disediakan oleh si penyedia barang atau jasa yang ditawarkan pada orang banyak;
2. dengan memuatnya dalam carik-carik kertas baik berupa tabel, kuitansi, formulir, dan lain-lain.

Umumnya pihak yang mempunyai informasi selalu menginginkan pelayanan yang cepat, efisien dan efektif, maka perjanjian baku sangat diperlukan. Menurut Sutan Remy Sjahdeini memberikan pengertian perjanjian standart sebagai perjanjian yang hampir semua klausula-klausulanya dibakukan oleh pemakainya dan pihak-pihak yang lain tidak memiliki peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan dalam hal ini pembakuan bukan pada formulirnya akan tetapi klausul-klausulnya (dalam Sidartha, 1999:199).

Ciri-ciri dari perjanjian baku adalah :

1. bentuk tertentu atau tertulis;
2. isi ditetapkan sepihak;
3. debitur tidak ikut membuat;
4. debitur terpaksa menerima perjanjian;
5. dipersiapkan secara massal.

Perjanjian pemasangan iklan media radio pada PT. Radio Prosalina Jember secara yuridis ditentukan sebagai perjanjian baku, karena adanya perbuatan hukum sejenis yang selalu terjadi secara teratur serta melibatkan banyak orang dan badan hukum.

PT. Radio Prosalina Jember telah mempersiapkan naskah perjanjian pemasangan iklan terlebih dahulu. Sehingga apabila ada pemasang iklan, pelayanan akan lebih mudah dan cepat. Dan keuntungan bagi pemasang iklan ini akan memberikan kemudahan bila sewaktu-waktu akan memasang iklan tanpa prosedur yang sulit dan berbelit-belit. Selain itu pemasang iklan bisa menghemat biaya yang dikeluarkan, dan tidak membutuhkan waktu yang lama serta tenaga yang lebih. Berdasarkan fakta tersebut bahwa PT. Gudang Garam juga tidak menggunakan perantara dalam mengadakan perjanjian pemasangan iklan.

3.1.1 Prosedur Perjanjian Pemasangan Iklan Pentas Musik Penampilan Inul Daratista di PT. Radio Prosalina Jember.

Prosedur perjanjian pemasangan iklan di PT. Radio Prosalina Jember sangat mudah dan tidak memerlukan waktu yang lama. Prosedur pemasangan iklan dilakukan sebagai berikut:

1. pelaku usaha atau produsen selaku calon pemasang iklan dalam hal ini PT. Gudang Garam datang langsung ke PT. Radio Prosalina Jember.
2. produsen atau pemasang iklan dapat menghubungi bagian pemasaran dari PT. Radio Prosalina Jember.

Pihak produsen atau pemasang iklan yang datang langsung ke bagian pemasaran PT. Radio Prosalina Jember sebagian besar adalah pemasang iklan yang berdomisili di wilayah Jember dan sekitarnya yang dapat dengan mudah untuk dijangkau, sedangkan untuk produsen atau pemasang iklan yang berdomisili diluar wilayah Jember dapat menggunakan fasilitas telepon.

Proses awal yang dilakukan oleh bagian pemasaran PT. Radio Prosalina ketika ada produsen atau pemasang iklan yang datang adalah memberikan daftar tarif pemasangan iklan serta sedikit uraian tentang ketentuan-ketentuan pemasangan iklan yang berlaku di PT. Radio Prosalina Jember. Setelah sepakat

PT. Radio Prosalina Jember akan memberikan surat penawaran kepada pihak pemasang iklan untuk diisi dan ditandatangani.

Pada umumnya blanko atau formulir perjanjian pemasangan iklan telah dibuat oleh PT. Radio Prosalina Jember sendiri. Formulir ini disebut sebagai Order Pemasangan Iklan. Didalam blanko atau formulir tersebut tercantum:

- a. Nama klien atau pemasang iklan;
- b. Nama iklan yang akan diputar;
- c. Durasi;
- d. Frekuensi;
- e. Tanggal penyiaran;
- f. Jam siaran atau pengudaraan iklan;
- g. Total biaya pemasangan iklan;
- h. Biaya pembuatan spot (bila pemasang iklan meminta dibuatkan spot iklan).

Apabila pemasang iklan sudah menyetujui atau sepakat dengan ketentuan yang diajukan oleh PT. Radio Prosalina Jember, maka pemasang iklan dapat menandatangani perjanjian iklan tersebut dan dinyatakan sah menurut hukum dan mengikat kedua belah pihak sebagai undang-undang.

Jadi mereka menyediakan ketentuan-ketentuan syarat-syarat baku tersebut menganggap dengan telah ditandatanganinya perjanjian dengan syarat-syarat baku, para pihak tersebut dengan sendirinya terikat pada ketentuan-ketentuan yang termuat dalam perjanjian itu. Begitu pula dengan berbagai bentuk lainnya sepanjang telah dibuat secara tertulis dan atau diumumkan ditempat-tempat yang terbuka dan jelas terlihat oleh masing-masing pihak.

3.1.2 Hak dan Kewajiban Pihak-pihak Dalam Perjanjian Pemasangan Iklan di PT. Radio Prosalina Jember.

Ketentuan yang berlaku secara universal bahwa dalam perjanjian masing-masing pihak mempunyai hak-hak dan kewajiban yang biasanya dicantumkan secara tertulis dan tegas dalam perjanjian, hak dan kewajiban tersebut merupakan wujud prestasi yang tidak hanya dibuat sebagai acuan oleh kedua belah pihak dalam melaksanakan perjanjian akan tetapi harus menjadi hal yang perlu

diperhatikan dan dilaksanakan oleh kedua belah pihak. Atau dengan kata lain bahwa perjanjian yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam dan PT. Radio Prosalina merupakan perjanjian timbal balik atau seringkali disebut sebagai perjanjian bilateral. Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban-kewajiban kepada kedua belah pihak dan hak serta kewajiban itu mempunyai hubungan satu dengan lainnya. Yang dimaksud dengan mempunyai hubungan antara yang satu dengan yang lain adalah bahwa bilamana dalam perikatan yang muncul dari perjanjian tersebut, yang satu mempunyai hak, maka pihak yang lain berkedudukan sebagai pihak yang memikul kewajiban.

Menurut pasal 1339 Kitab Undang-undang Hukum Perdata menegaskan bahwa suatu perjanjian tidak saja mengikat pada apa yang dicantumkan sesuatu dalam perjanjian, tetapi juga pada apa yang menurut sifat perjanjian itu dikehendaki oleh keadilan, kebiasaan dan undang-undang.

Sedangkan pada pasal 1234 Kitab Undang-undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu. Bentuk prestasi inilah yang merupakan patokan dasar yang akan dituangkan menjadi hak dan kewajiban kedalam suatu perjanjian, selain itu prestasi merupakan dasar dari pemenuhan tuntutan para pihak.

Perjanjian pemasangan iklan ini timbul dari rasa saling percaya dan menjaga kepercayaan satu sama lain. Dalam surat perjanjian pada umumnya tidak memuat secara rinci hak dan kewajiban masing-masing. Oleh karena itu jenis perjanjian ini kekuatan hukumnya terletak pada saling percaya dan kebiasaan yang berlaku serta hubungan baik antara PT. Radio Prosalina Jember dengan PT. Gudang Garam.

Seharusnya hak dan kewajiban harus dimasukkan atau dibuat dalam bentuk tertulis oleh PT. Radio Prosalina kedalam perjanjian pemasangan iklan terutama perjanjian pemasangan iklan agar dapat diketahui oleh para pihak yang melakukan perjanjian tersebut, sehingga perjanjian itu dapat menjamin kepastian hukum bagi para pihak.

3.2 Bentuk Wanprestasi Yang Dilakukan PT. Gudang Garam Terhadap PT. radio Prosalina Jember Dan Konsumen.

Dalam Buku III Kitab Undang-undang hukum Perdata mengatur tentang perjanjian. Buku III ini mengatur perihal hubungan-hubungan antara orang dengan orang. Pihak yang berhak menuntut dinamakan kreditur, sedangkan pihak yang wajib memenuhi tuntutan dinamakan debitur.

Menurut ketentuan pasal 1234 Kitab Undang-undang Hukum Perdata ada 3 kemungkinan wujud dari prestasi, yaitu:

1. memberikan sesuatu;
2. berbuat sesuatu;
3. tidak berbuat sesuatu.

Dalam setiap perjanjian ada kemungkinan suatu perjanjian yang sudah dibuat tidak dapat dilaksanakan atau keliru dalam melaksanakannya. Sehingga mengakibatkan salah satu pihak merasa dirugikan atas hal tersebut. Tidak dapat dilaksanakannya suatu perjanjian dalam hukum perdata disebabkan oleh dua hal, yaitu karena keadaan memaksa (*overmacht*), dan karena wanprestasi.

Keadaan memaksa (*overmacht*) merupakan suatu keadaan-keadaan diluar kekuasaan yang memaksa hingga tidak dapat dilaksanakannya atau disepakatinya suatu perjanjian.

Apabila seseorang tidak melakukan prestasi sama sekali atau melakukan prestasi yang keliru atau terlambat melakukan prestasi, maka menurut bahasa hukum ia melakukan "wanprestasi". Wanprestasi atau cedera janji itu ada kalau seorang debitur itu tidak dapat membuktikan, bahwa tidak dapatnya ia melakukan prestasi adalah diluar kesalahannya atau dengan kata lain debitur tidak dapat membuktikan adanya *overmacht*, jadi dalam hal ini debitur jelas bersalah (A. Qirom Syamsudin Meliala, S.H, 1985:26).

Sehubungan dengan dibedakannya ingkar janji, maka debitur yang tidak memenuhi prestasi tepat pada waktunya harus dianggap terlambat atau tidak memenuhi prestasi sama sekali, dalam hal debitur tidak lagi mampu memenuhi prestasinya, maka dikatakan debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali. Sedangkan jika prestasi debitur masih dapat diharapkan pemenuhannya, maka

digolongkan kedalam terlambat memenuhi prestasi. Jika debitur memenuhi prestasi secara tidak baik, ia dianggap terlambat memenuhi prestasi jika prestasinya masih dapat diperbaiki dan jika tidak, maka dianggap tidak memenuhi prestasi sama sekali.

Wanprestasi membawa akibat yang merugikan bagi debitur, karena sejak saat itu debitur berkewajiban mengganti kerugian yang timbul sebagai akibat daripada ingkar janji tersebut.

Wanprestasi adakalanya terjadi dengan sendirinya, akan tetapi adakalanya pun tidak. Sekalipun pada perikatan yang tidak ditentukan waktu prestasinya, pemenuhannya dapat segera dituntut. Akan tetapi ini tidak berarti bahwa para pihak bermaksud untuk menuntut ganti rugi jika barangnya tidak segera diserahkan. Dengan demikian ingkar janji tidak segera terjadi sejak saat debitur tidak memenuhi prestasinya. Untuk itu diperlukan suatu tenggang waktu yang layak.

Berdasarkan kasus yang terjadi, PT. Gudang Garam telah melakukan wanprestasi terhadap PT. Radio Prosalina Jember dan juga kepada masyarakat (konsumen). Bentuk wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam kepada PT. Radio Prosalina Jember adalah memberikan informasi yang salah untuk disiarkan kepada masyarakat sebagai pendengar. Dan bentuk wanprestasi ini mengakibatkan kerugian yang dialami pihak radio.

Sedangkan bentuk wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam kepada masyarakat selaku konsumen adalah tidak dapat merealisasikan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember, yang padahal banyak sebagian masyarakat ingin menyaksikan pentas musik ini.

Bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam benar-benar telah merugikan banyak pihak. Tetapi keadaan ini dapat diselesaikan setelah adanya ganti rugi yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam sendiri, walaupun pada akhirnya PT. Gudang Garam telah mengalami kerugian materi yang cukup besar.

3.3 Tanggung Jawab PT. Gudang Garam Kepada PT. Radio Prosalina Jember dan Konsumen Dengan Adanya Wanprestasi.

Pada Kitab Undang-undang Hukum Perdata dijelaskan bahwa apabila debitur tidak memenuhi perikatannya (wanprestasi) ataupun pada perikatan-perikatan dimana pernyataan lalai tidak disampaikan kepada debitur, tetapi tidak diindahkannya, maka debitur dikatakan tidak memenuhi perikatan.

Dengan adanya PT. Gudang Garam melakukan wanprestasi, PT. Radio Prosalina Jember dan masyarakat sebagai konsumen yang telah terlanjur membeli tiket dapat meminta hak-haknya.

Hak-hak kreditur adalah sebagai berikut:

1. hak menuntut pemenuhan perikatan (*nakomen*);
2. hak menuntut pemutusan perikatan atau apabila perikatan itu bersifat timbal balik, menuntut pembatalan perikatan (*out binding*);
3. hak menuntut ganti rugi (*schade vergoeding*);
4. hak menuntut pemenuhan perikatan dengan ganti rugi;
5. hak menuntut pemutusan atau pembatalan perikatan dengan ganti rugi.

Penggantian kerugian karena wanprestasi, dalam hal PT. Gudang Garam tidak memenuhi perjanjian, maka pihak yang merasa dirugikan (masyarakat atau konsumen), tanpa secara khusus memintakan lebih dulu pembatalan, tidak secara langsung minta ganti kerugian berdasarkan atas terhentinya perjanjian karena wanprestasi.

Ganti rugi dapat merupakan pengganti dari prestasi pokok, akan tetapi dapat juga sebagai tambahan disamping prestasi pokoknya. Dalam hal pertama ganti rugi terjadi karena debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali. Sedangkan yang terakhir, karena debitur terlambat memenuhi prestasi.

Pasal 1243 Kitab Undang-undang Hukum Perdata mengatur ketentuan-ketentuan yang prinsipiil mengenai ganti rugi yang dapat dituntut oleh kreditur dalam hal tidak dipenuhinya perikatan. Ketentuan-ketentuan tersebut harus ditafsirkan secara luas, yaitu bahwa:

1. perkataan "tetap lalai" tidak hanya mencakup tidak memenuhi prestasi sama sekali, tetapi juga terlambat atau tidak baik memenuhi prestasi.

2. pasal-pasal tersebut juga berlaku bagi tuntutan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum.

Ganti rugi dapat berupa sebagai pengganti daripada prestasi, akan tetapi dapat juga berdiri disamping prestasi.

Pada dasarnya bentuk dari ganti rugi yang lazim dipergunakan ialah uang, oleh karena menurut ahli-ahli hukum perdata maupun yurisprudensi, uang merupakan alat yang paling praktis, yang paling sedikit menimbulkan selisih dalam menyelesaikan sesuatu sengketa.

Kerugian immateriil timbul sehubungan dengan perbuatan melanggar hukum, akan tetapi dapat juga timbul karena wanprestasi. Tidak setiap kerugian yang diderita oleh kreditur harus diganti oleh debitur. Undang-undang menentukan bahwa Dalam kasus ini kerugian yang diderita oleh masyarakat dan PT. radio Prosalina Jember adalah kerugian immateriil dan juga materiil. Masyarakat mengalami kekecewaan karena idola yang ditunggu-tunggu tidak jadi hadir di Jember. Sehingga karcis yang dibeli oleh masyarakat dikembalikan kepada pihak penyelenggara (PT. Gudang Garam) dan agen yang turut menjual (PT. Radio Prosalina).

Peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang ganti rugi yang disebabkan oleh ingkar janji merupakan ketentuan yang bersifat mengatur. Sebagian dari Ahli Hukum Perdata dan Yurisprudensi menyetujui diberikannya ganti rugi terhadap kerugian immateriil, misalnya dalam kasus ini. Harus dikabulkan tuntutan ganti rugi dari seseorang (masyarakat) yang merasa dirugikan karena kehilangan kenikmatan untuk tidak dapat melihat secara langsung pentas musik penampilan Inul Daratista.

Sedangkan kerugian yang diderita PT. Radio Prosalina Jember juga merupakan kerugian immateriil, karena kehilangan kepercayaan dari masyarakat karena iklan yang ditayangkan di Radionya telah memberikan berita yang salah. Ini telah melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 pasal 17 ayat 1, dimana pihak periklanan dilarang membuat informasi yang keliru dan melanggar Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002.

Didalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan disebutkan bahwa bagi konsumen iklan sebagai fungsi pemasaran dan penerangan. Fungsi tersebut memang penting untuk diamati sebagai sarana pemasaran memerlukan perhatian khusus, terutama pengamatan apakah sarana pemasaran itu telah diselenggarakan dengan cara-cara yang benar dan bertanggung jawab atau disalahgunakan sehingga memiliki kapasitas menyesatkan dan atau menipu sehingga dapat merugikan orang banyak. Apabila kedua fungsi iklan dibandingkan satu sama lain, maka bagi konsumen lebih penting dan berfaedah iklan sebagai sarana penerangannya.

Sebab iklan yang berisi penerangan, apalagi yang benar, jelas dan jujur tentang sesuatu produk konsumen tertentu akan sangat bermanfaat bagi konsumen. Bagi konsumen informasi bagi konsumen sangat menentukan, sehingga haruslah informasi itu memuat keterangan yang benar, jelas, jujur dan bertanggung jawab. Kebenaran isi dari pernyataan tersebut merupakan tanggung jawab dari pihak yang membuat dan atau menyiarkannya. Oleh karena keadaan inilah PT. Radio Prosalina Jember benar-benar telah melanggar ketentuan periklanan.

Upaya penyelesaian yang dilakukan oleh pihak PT. Gudang Garam akibat wanprestasi:

1. melalui musyawarah antar pihak yang terlibat dalam perjanjian.

Proses ini dilakukan atas kesepakatan kedua belah pihak, disamping itu proses ini tidak melalui suatu tahap yang berbelit-belit serta mendapat jaminan keputusan yang akan tercapai dapat menguntungkan dan tidak merugikan kedua belah pihak. Dalam proses ini PT. Gudang Garam dalam mengatasi permasalahan yang dihadapinya membicarakannya dengan pihak radio. Hal yang dibicarakan dalam hal ini adalah upaya penyelesaian tentang pengembalian hak masyarakat (konsumen). Dan dari situ diambil kesimpulan berupa langkah-langkah konkrit penyelesaian masalah. Apabila dalam proses ini para pihak telah mencapai kata mufakat, maka secara langsung hasilnya mengikat para pihak dan dianggap sebagai sebuah keputusan yang bersifat final.

Berdasarkan kebiasaan yang berlaku setelah proses musyawarah ini dilakukan, para pihak tidak akan mengajukan permasalahan yang dihadapi ke pengadilan, untuk itu para pihak harus mentaatinya dan dibutuhkan itikad baik dari pihak untuk melaksanakan hasil dari musyawarah.

2. melalui proses peradilan.

Upaya ini dilakukan apabila upaya musyawarah mengalami kegagalan yaitu dengan cara mengajukan gugatan pada pihak yang melakukan wanprestasi, tetapi dalam prakteknya PT. Gudang Garam tidak melakukannya melalui pengadilan.

Tanggung jawab PT. Gudang Garam kepada konsumen (masyarakat), berupa bentuk ganti rugi dimana PT. Gudang Garam menerima masyarakat yang ingin mengembalikan karcisnya dan diganti dengan uang sesuai dengan harga yang tertera dalam karcis senilai Rp. 15.000,-. Kepada PT. Radio Prosalina Jember, PT. Gudang Garam langsung memberitahukan kepada PT. Radio Prosalina Jember untuk segera mengiklankan tentang pembatalan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember.

PT. Radio Prosalina Jember menegaskan dalam wawancaranya dengan penulis bahwa pihaknya dapat memaklumi tentang pembatalan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember, karena PT. Radio Prosalina Jember juga mendapat teguran dari MUI untuk membatalkan pentas ini.

Dengan adanya peristiwa ini PT. Radio Prosalina masih tetap bekerjasama dengan PT. Gudang Garam dalam kegiatan-kegiatan yang lainnya. Jadi peristiwa ini tidak sampai membawa kasus pembatalan pentas musik penampilan Inul Daratista ke pengadilan.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam pembahasan skripsi ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dilihat dari bentuknya, perjanjian pemasangan iklan di PT. Radio Prosalina Jember merupakan perjanjian standart contract. Perjanjian iklan ini dibuat secara tertulis dan dibuat oleh salah satu pihak tanpa adanya pihak lain. Prosedur pemasangan iklan dilakukan sebagai berikut:
 - a. pelaku usaha atau produsen selaku calon pemasang iklan dalam hal ini PT. Gudang Garam datang langsung ke PT. Radio Prosalina Jember.
 - b. produsen atau pemasang iklan dapat menghubungi bagian pemasaran dari PT. Radio Prosalina Jember.

Berdasarkan fakta tersebut bahwa PT. Gudang Garam juga tidak menggunakan perantara dalam mengadakan perjanjian pemasangan iklan.

2. Bentuk wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam terhadap PT. Radio Prosalina Jember adalah telah memberikan informasi yang tidak benar untuk disiarkan kepada masyarakat yang akhirnya PT. Radio Prosalina Jember mengalami kerugian. Sedangkan wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam terhadap masyarakat (konsumen) yaitu tidak dapat merealisasikan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember.
3. Proses penyelesaian yang dilakukan PT. Gudang Garam karena wanprestasi lebih diutamakan dengan menempuh upaya musyawarah untuk mufakat, dan apabila mengalami kegagalan pihak PT. Gudang Garam akan menempuh upaya peradilan. Akan tetapi upaya ini sampai sekarang belum pernah dilaksanakan sebagai bentuk penyelesaian apabila terjadi wanprestasi di PT. Gudang Garam. Tanggung jawab yang dilakukan PT. Gudang Garam kepada masyarakat (konsumen) adalah berupa bentuk ganti rugi dimana PT. Gudang Garam menerima masyarakat yang ingin mengembalikan karcisnya dan diganti dengan uang

sesuai dengan harga yang tertera dalam karcis senilai Rp. 15.000,-. Sedangkan kepada PT. Radio Prosalina Jember, PT. Gudang Garam langsung memberitahukan kepada PT. Radio Prosalina Jember untuk segera mengiklankan tentang pembatalan pentas musik penampilan Inul Daratista di Jember. Ini dilakukan untuk mengembalikan image PT. Radio Prosalina Jember yang telah menyiarkan informasi yang tidak benar kepada masyarakat.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil pengamatan lapangan yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Perlu diadakan perbaikan terhadap perjanjian baku dengan melengkapi materi perjanjian yang dibuat oleh PT. Radio Prosalina Jember terutama format surat pesanan pemasangan iklan, sehingga materi-materi yang berhubungan dengan hak dan kewajiban para pihak, serta hal-hal yang dapat membatalkan perjanjian dapat dimasukkan kedalam perjanjian. Bagi para pihak hendaknya memegang konsistensi dan itikad baik untuk melaksanakan hak dan kewajiban dalam perjanjian, sehingga terjadinya wanprestasi dapat diminimalisir.
2. Wanprestasi yang dilakukan PT. Gudang Garam telah merugikan semua pihak. Oleh karena itu diharapkan dalam menyelenggarakan suatu kegiatan pentas musik, harus dipersiapkan dengan matang agar suatu kegiatan dapat terselenggara dengan baik dan tidak merugikan semua pihak.
3. Upaya perlindungan konsumen yang optimal hendaknya dilakukan dengan hati-hati dan tidak berlebihan sehingga dapat merugikan atau menghentikan secara total kegiatan pengembangan dunia usaha.

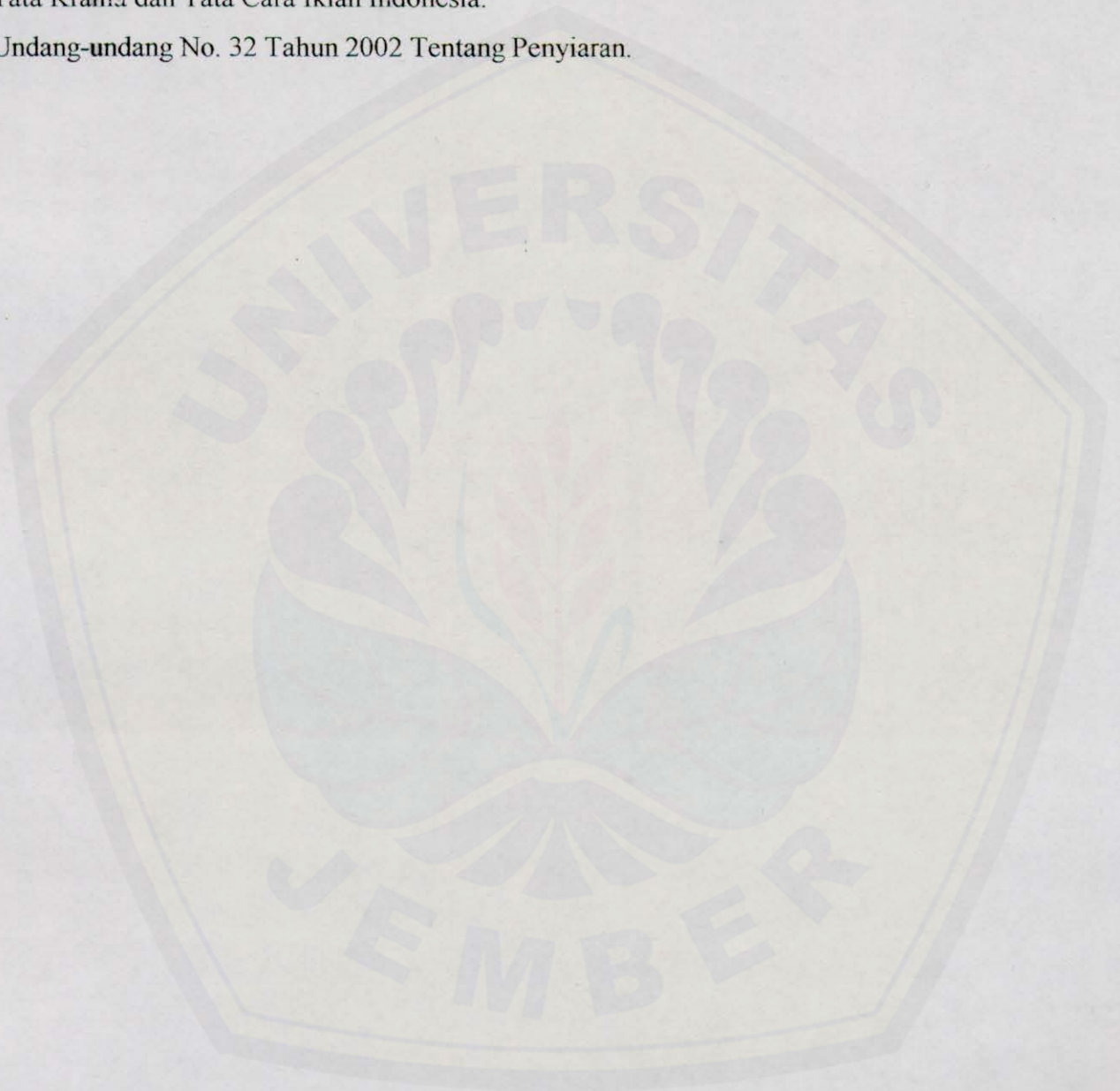
DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, M.Y. 1986. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung. Alumni.
- Hadikusuma, Hilman. 1995.-----. Jakarta.
- Kansil,C.S.T. 1989. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter Dan Penyiar*. Yogyakarta. LKIS.
- Meliala, A. Qirom Syamsudin. 1985. *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*. Yogyakarta. Liberty.
- Muhammad, Abdulkadir. 1990. *Hukum Perikatan*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad Abdul. 1992.------. Bandung.
- Nasution, Az. 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Daya Widya.
- Prodjodikoro, Wirjono. 1993. *Asas-asas Hukum Perjanjian*. Bandung. Sumur Bandung.
- Rajagukguk, Erman. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung. Mandar Maju.
- Richard Burton Simatupang. 1995. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Rhenald Kasali. 1995. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. Pustaka Grafiti.
- Satrio. J. 1999. *Hukum Perikatan Pada Umumnya*. Bandung. Alumni.
- Satrio. J. 1999. *Hukum Perikatan yang Lahir Dari Perjanjian Buku I*. Purwokerto. Penerbit PT. Citra Aditya Bakti.
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Grasindo.
- Shofie Yusuf. 2000. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Subekti. 1994. *Pokok-pokok Hukum Perdata*. Jakarta. Penerbit PT. Intermasa.
- Widjaja, Gunawan, Ahmad Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Waluyo. 1996.------. Jakarta.
- Redaksi Sinar Grafika. 1999. *Undang-undang Perlindungan konsumen 1999*. Jakarta. Sinar Grafika.

Subekti, Tjitrosudibio. 1996. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Jakarta. Pradnya
Paramita.

Tata Krama dan Tata Cara Iklan Indonesia.

Undang-undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.



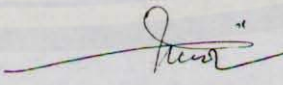
PERJANJIAN IKLAN

MEDIA ORDER		Kepada:	
Nomor :			
Tanggal: 4 NOV '04			
Klien : PT. GUDANG GARAM			
Alamat :			
Produk : ROKOK			
Berdasarkan order ini, harap distarkan iklan dengan ketentuan sebagai berikut:			
Nama Iklan : Pentas musik Penampilan Ibul Daratista & Ada Band			
Bentuk Pemasangan	<ul style="list-style-type: none"> • Adlibs • Loose Spot • Sponsor Program 	<ul style="list-style-type: none"> • Prime Time • Time Signal • Lain-lain: 	
Materi Iklan:	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • <input checked="" type="radio"/> Tidak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lain-lain: 	
• Dalam Bentuk	<ul style="list-style-type: none"> • Kaset Baru • Kaset lama 	<ul style="list-style-type: none"> • Lain-lain: 	
Durasi	10 November 2003 - 16 Desember 2003		
Periode pemasangan	3x / hari		
Frekwensi penyiaran	09.00 - 20.00		
Waktu penyiaran			

Tarif	
Biaya pembuatan materi	
PPn	
Total Biaya	

Keterangan: Tolong di buatkan materi iklan!

Jember, 4 Nov, 2003

Pihak Media Radio PT. Radio Prosalina Jember,	Pihak Klien, 
--	---

PERJANJIAN IKLAN

<p style="text-align: center;">MEDIA ORDER</p> <p>Nomor : Tanggal:</p> <p>Klien : Alamat : Produk :</p>	<p style="text-align: center;">Kepada:</p>
--	---

Berdasarkan order ini, harap disiarkan iklan dengan ketentuan sebagai berikut:

Nama Iklan :

Bentuk Pemasangan	<ul style="list-style-type: none"> • Adlibs • Loose Spot • Sponsor Program 	<ul style="list-style-type: none"> • Prime Time • Time Signal • Lain-lain:
Materi Iklan:		
<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lain-lain:
<ul style="list-style-type: none"> • Dalam Bentuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaset Baru • Kaset lama 	<ul style="list-style-type: none"> • Lain-lain:
Durasi		
Periode pemasangan		
Frekwensi penyiaran		
Waktu penyiaran		

Tarif	
Biaya pembuatan materi	
PPn	
Total Biaya	

Keterangan	
------------	--

Jember,.....,20

Pihak Media Radio PT. Radio Prosalina Jember,	Pihak Klien,
--	--------------

PROSALINA FM
Telephone: 0331-330715, 335644, 7704279
Telp Bebas Pulsa: 0800-140-1494
Fax : 0331-334391

THE TEMPO GROUP
P.T. TEMPO PROMOSI

ORDER PEMASANGAN IKLAN RADIO

EDUNG BINA MULIA II
H.R. Rasuna Said Kav. 10 - 11 Jakarta 12950, Indonesia
Phone : (021) 520 1925 (Hunting) Fax. 520 1193

NO. : RD/GSM11-0019 TANGGAL : 7/12/2001

PEMADA : **PT. RADIO PROSALINA**
Bagian Komersial / Iklan

Jl. Karimata JEMBER

Telephone: 0331-330715, 335644, 7704279

Client : PT. TEMPO SCAN PACIFIC
Product : BODREX
Versi : JINGLE BODREX
Code : /OPI/K112/02

- Bahan iklan berupa kaset baru kaset lama
- terlampir
- akan menyusul
- ada pada Sdr.

berdasarkan order ini, harap supaya diadakan pemasangan iklan sesuai dengan ketentuan dibawah ini.

PENTING :
Bila faktur dan surat-surat harap dicantumkan nomor dan tanggal Order Pemasangan ini.
Jika karena sesuatu hal pemasangan iklan tidak dapat dilakukan sesuai dengan order yang diminta, harap segera berhubungan dengan kami.
Kami tidak akan membayar iklan yang pemasangannya menyimpang dari ketentuan-ketentuan dalam order ini atau yang dipasang tanpa order/persetujuan.
Harap tembusan ini dikembalikan pada kami, setelah dicap dan ditanda tangani, selambatnya 2 (dua) minggu setelah tanggal order. Order ini dapat diubah/dibatalkan sebelum dimuat.

Alamat/Fagihan atas Nama : PT. TEMPO PROMOSI, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 10, Jakarta 12910, NPWP No. 1.543.119.0-011
Baru dianggap diterima apabila disertai bukti siaran dan harus sudah kami terima paling lambat 1(satu) bulan setelah pelaksanaan order. Apabila kami tidak menerima tagihan serta bukti iklan dalam 2 (dua) bulan order tersebut kami anggap tidak dilaksanakan.

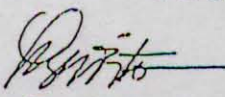
TANGGAL PENYIARAN	JAM SIARAN	PANJANG SPOT	JUMLAH SPOT	HARGA SPOT	DISC %	JUMLAH NETTO
JANUARI 2002 Surat X	12.00-13.00 7x/ing	60"	8x Spot/Acara + Adlibs. 3x Spot Bonus/hr.			Rp. ✓
FEBRUARI 2002 Surat X	12.00-13.00 7x/ing	60"	8x Spot/Acara + Adlibs. 3x Spot Bonus/hr.			Rp. ✓
MARET 2002 Surat X	12.00-13.00 7x/ing	60"	8x Spot/Acara + Adlibs. 3x Spot Bonus/hr.			Rp. ✓

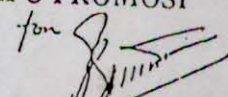
RADIO Pembayaran melalui Bank : _____ " cabang _____ Jl. _____ " Rekening No. : _____ " Atas Nama _____
(untuk kelancaran pembayaran, mohon diisi secara lengkap dan jelas)
Menerima dan akan disiarkan sesuai permintaan

DA TANGAN/STEMPEL

kuitansi penagihan, mohon dilengkapi photo copy order.

PT. TEMPO PROMOSI


HERRY S. SUDIANTO


R. MONG KUSWARA

PROSALINA

Iklan Kami

Advertising Rates Tahun 2004

JAM	1"-30"	1"-60"
05.00-24.00	Rp. 37.500,-	Rp. 75.000,-

Lebih 60" ditambah Rp. 1.250,-/detik

Sponsorship

1. Sponsor Harian Utama : Rp. 6.500.000,-/bulan
2. Sponsor Harian Pendamping : Rp. 4.500.000,-/bulan
3. Blocking Time (45 Menit) : Rp. 750.000,-/acara
4. Sponsor Mingguan : Rp. 500.000,-/jam acara/netto

Cara Pembayaran

1. Pembayaran dilakukan di muka atau sesudah penyiaran iklan setiap bulannya
2. Batas waktu pembayaran 30 (tiga puluh) hari setelah waktu penyiaran.
3. Discount untuk Advertising Agency 20%

Ketentuan Lain

1. Semua order pemasangan iklan dilakukan secara tertulis.
2. Pemberitahuan pembatalan order pemasangan iklan, selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari sebelum waktu penyiaran
3. Semua materi iklan harus diterima selambat-lambatnya 3 (tiga) hari sebelum waktu penyiaran iklan.
4. Karena terbatasnya penyiaran iklan radio perjam acara, klien diharapkan untuk mengajukan pemesanan tempat, paling lambat 14 (empat belas) hari sebelum waktu penyiaran.
5. Maksimum iklan radio perjam 10 iklan.
6. Selain sponsor acara, Prosalina FM juga menerima permintaan klien untuk merancang acara special (Special Program) yang khusus diciptakan sesuai dengan kebutuhan promosi dari produk.
7. Tarif diatas berlaku sampai dengan 30 April 2004

Contact Person

Ongky Hadi

Telephone: 0331-330715, 335644, 7704279

Fax : 0331-334391

HP : 0811-350269

SURAT KETERANGAN**No. 33/SK/RPFM/III/04**

Bersama ini kami PT. RADIO PROSALINA JEMBER

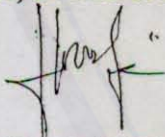
Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

NAMA : TRISNANINGTYAS MURNISARI
ALAMAT : JL. BELITUNG 15 JEMBER
NIM : 00. 183
FAKULTAS : HUKUM
JURUSAN : ILMU HUKUM
PROGRAM STUDI : SI

Benar-benar telah melakukan penelitian guna melengkapi tugas akhir(skripsi) dengan judul "TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DSEMBER 2003 YANG DIKLIANKAN MELALUI PT. RADIO PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999" yang telah dilaksanakan tanggal 23 Maret 2004.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 24 Maret 2004



H. LUTHFI ABDULLAH

Direktur

Prosalina FM

Telephone: 0331-330715, 335644, 7704279

Telp Bebas Pulsa: 0800-140-1494

Fax : 0331-334391



GUDANG GARAM

SURAT KETERANGAN

No. 124/SK/GG /III/04

Bersama ini kami PT. GUDANG GARAM JEMBER

Menerangkan bahwa nama dibawah ini:

NAMA : TRISNANINGTYAS MURNISARI
ALAMAT : JL. BELITUNG 15 JEMBER
NIM : 00. 183
FAKULTAS : HUKUM
JURUSAN : ILMU HUKUM
PROGRAM STUDI : SI

Benar-benar telah melakukan penelitian guna melengkapi tugas akhir(skripsi) dengan judul "**TANGGUNG JAWAB PT. GUDANG GARAM ATAS BATALNYA PENYELENGGARAAN PENTAS MUSIK PENAMPILAN INUL DARATISTA DI JEMBER PADA TANGGAL 17 DSEMBER 2003 YANG DIKLANKAN MELALUI PT. RADIO PROSALINA MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999**" yang telah dilaksanakan tanggal 31 Maret 2004.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 2 April 2004

Drs. Soesanto Priyatno

IKRAR

Dalam memberikan manfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara hari ini, disaksikan

Menteri Penerangan R.I. Hamoko

Konvensi Periklanan Nasional yang diselenggarakan bersama oleh
AMU (Asosiasi Perusahaan Media Luar Ruang Indonesia),
ASPINDO (Asosiasi Pemrakarsa dan Penyantuk Iklan Indonesia),
GPBSI (Gabungan Perusahaan Bioskop Seluruh Indonesia),
PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia),
PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia),
SPS (Serikat Penerbit Surat Kabar) dan
Yayasan TVRI (Yayasan Televisi Republik Indonesia) *)

Dengati penuh kesungguhan menyatakan;


IKRAR

Untuk mematuhi segala ketentuan dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang Disempurnakan yang terdiri dari penambahan 24 klausul baru dalam tiga Bab lama dan 58 klausul baru dalam tiga Bab baru.

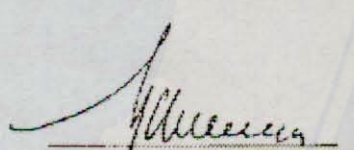
Menyadari arti pentingnya Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia tersebut, seluruh jajaran Periklanan Nasional bertanggung jawab untuk senantiasa menegakkannya dan akan menggunakan segala upaya untuk membantu Komisi Periklanan Indonesia dalam pelaksanaannya,

Jakarta, 19 Agustus 1996

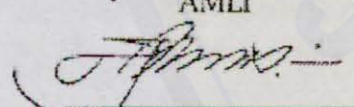
Para Pimpinan,



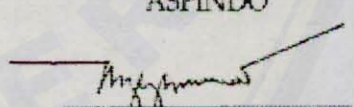
Gatot T. Ariffianto
AMLI



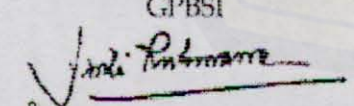
Anak Agung Gde Agung
ASPINDO



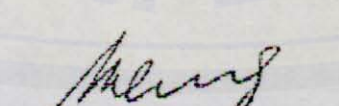
H.M. Johan Tjasmadi
GPBSI




Roes Pudjianto
PPPI



Ny. Siti Hardiyanti Rukmana
PRSSNI



Handjoko Nitimihardjo
SPS



Drs. Aziz Husein
Yayasan TVRI

*) Sesuai SK MENPEN RI No. 111/KEP/MENPEN/1990, tentang Penyiaran Televisi di Indonesia

BAB I PENDAHULUAN

Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa.

1. Periklanan sebagai sarana komunikasi dan pemasaran, memegang peranan penting dalam pembangunan yang dilaksanakan bangsa Indonesia.
2. Demi melindungi nilai-nilai budaya bangsa yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta tanggung jawab sosial, perlu ditetapkan etika periklanan yang mengatur Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Nasional.

Etika periklanan yang dimaksud harus menunjang program pembangunan nasional untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur, termasuk kemajuan dunia usaha, periklanan nasional dan media komunikasi serta kesadaran sosial masyarakat.

BAB II TATA KRAMA

ASAS-ASAS UMUM, PENERAPAN UMUM DAN PENERAPAN KHUSUS

A. ASAS-ASAS UMUM

1. Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.
2. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan merendahkan martabat negara, agama, susila, adat, budaya, suku dan golongan.
3. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

B. PENERAPAN UMUM

1. **Iklan harus jujur, Bertanggung jawab dan Tidak Bertentangan dengan Hukum yang berlaku.**

a. **Jujur:**

Iklan tidak boleh menyesatkan, antara lain dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui dan memberikan janji yang berlebihan.

b. **Bertanggungjawab:**

Iklan tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan dan merugikan masyarakat.

c. **Bobot tanggung jawab menurut peran pelaku:**

Setiap komponen Pemasar; Pengiklan, Perusahaan Periklanan dan Media Periklanan mempunyai tanggung jawab menurut peran dan bobot keterlibatan masing-masing dalam penciptaan dan penyebaran pesan-pesan iklan.

- Pengiklan; bertanggung jawab atas benarnya informasi tentang produk yang diberikan kepada Perusahaan Periklanan. Termasuk ikut memberi arah; batasan dan masukan pada pesan iklan, sehingga tidak terjadi janji yang berlebihan ('overclaim') atas kemampuan nyata produk.
- Perusahaan Periklanan; bertanggung jawab atas ketepatan unsur persuasi yang dimasukkannya dalam pesan iklan, melalui pemilahan dan pemilihan informasi yang diberikan Pengiklan, maupun dalam upaya menggali dan mendayagunakan kreativitasnya.
- Media Periklanan; bertanggung jawab atas kesepadanan antara pesan iklan yang disiarkannya dengan nilai-nilai sosial-budaya dari profil khalayak sasarnya.

d. **Tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku:**

Iklan harus mematuhi segala Undang-undang dan peraturan yang berlaku.

e. **Tidak bertentangan dengan kode etik profesi:**

Iklan yang mengandung kaitan dengan profesi tertentu harus mematuhi kode etik profesi tersebut.

f. **Isi iklan:**

Kebenaran atas pernyataan atau janji mengenai suatu produk harus dapat

dipertanggung-jawabkan.

- g. **Kesaksian Konsumen (testimonial):**
- Penggunaan kesaksian konsumen harus dilengkapi dengan pernyataan tertulis yang ditanda tangani berdasarkan pengalaman yang sebenarnya.
 - Pemberi kesaksian harus telah menggunakan produk secara teratur, sekurang-kurangnya selama 1 (satu) tahun.
 - Nama dan alamat pemberi kesaksian harus diberikan secara lengkap.
- h. **Pencantun harga:**
Jika harga suatu produk dicantumkan, maka pencantumannya harus jelas, sehingga konsumen mengetahui apa saja yang akan diperolehnya dengan harga tersebut.
- i. **Perbandingan harga:**
Jika dilakukan perbandingan harga atas suatu produk dengan produk lainnya, maka dasar perbandingan tersebut harus jelas dan dengan parameter yang sama.
- j. **Pemakaian kata "gratis" atau sejenisnya:**
Kata "gratis" atau sejenisnya tidak boleh dicantumkan dalam iklan, bila ternyata konsumen harus membayar lagi di luar biaya pengiriman yang sebenarnya. Biaya pengiriman yang akan dibebankan kepada konsumen, harus dicantumkan dengan jelas.
- k. **Janji pengembalian uang atau "warranty":**
Bila suatu iklan menjanjikan pengembalian uang ganti rugi ('warranty') untuk pembelian suatu produk yang ternyata mengecewakan konsumen, maka;
- Syarat-syarat pengembalian uang tersebut harus jelas dan lengkap dicantumkan. Antara lain batas-batas janji iklan, jenis-jenis kerusakan/kekurangan yang dijamin dan jangka waktu berlakunya pengembalian uang.
 - Pengiklan wajib mengembalikan uang konsumen sesuai syarat-syarat yang tercantum.
- l. **Janji atas jaminan mutu atau garansi:**
Jika suatu iklan menjamin mutu suatu produk, maka dasar-dasar jaminannya harus dapat dipertanggung-jawabkan.
- m. **Rasa takut/takhayul :**
Iklan tidak boleh mempermainkan rasa takut dan memanfaatkan kepercayaan orang terhadap takhayul.
- n. **Kekerasan :**
Iklan tidak boleh merangsang atau membenarkan terjadinya tindakan-tindakan kekerasan.
- o. **Keselamatan :**
Iklan tidak boleh menampilkan adegan-adegan yang mengabaikan segi-segi keselamatan, utamanya jika tidak berkaitan dengan produk yang diiklankan.
- p. **Perlindungan hak-hak pribadi :**
Iklan tidak boleh menampilkan atau melibatkan seseorang tanpa ada persetujuannya terlebih dahulu. Kecuali untuk penampilan masal atau sekedar sebagai latar belakang, sedangkan penampilan tersebut tidak meragikan.
- q. **Penggunaan anak-anak :**
Iklan yang ditujukan kepada anak-anak tidak boleh menampilkan dalam bentuk apapun hal-hal yang dianggap dapat mengganggu atau merusak jasmani dan rohani mereka, mengambil manfaat atas kemudahpercayaan, kekurangan pengalaman atau kepolosan hati mereka.
- r. **Istilah ilmiah dan statistik :**
Iklan tidak boleh menyalahgunakan istilah-istilah ilmiah dan statistik untuk menciptakan kesan yang berlebihan.
- s. **Ketiadaan produk :**
Iklan hanya boleh dimediasi bila telah ada kepastian tentang tersedianya produk yang diiklankan tersebut.
2. **Iklan tidak boleh Menyinggung Perasaan dan/atau Merendahkan Martabat Negara, Agama, Tata Susila, Adat, Budaya, Suku dan Golongan :**
- a. **Tidak menyinggung perasaan:**
- Iklan harus berselera baik dan pantas
 - Iklan harus menggunakan bahasa yang baik dan peristilahan yang tepat.
- b. **Agama / kepercayaan iklan**
tidak boleh merendahkan dan/atau mencemoohkan agama/kepercayaan.

- c. **Tata susila, adat dan budaya :**
Iklan tidak boleh melanggar norma-norma tata susila, adat dan budaya bangsa.
 - d. **Suku dan golongan :**
Iklan tidak boleh menyinggung atau mempertentangkan suku/golongan.
 - e. **Pahlawan, monumen dan lambang-lambang kenegaraan :**
Iklan tidak boleh menggunakan pahlawan, monumen dan lambang-lambang kenegaraan secara tidak layak.
3. **Iklan Harus Dijiwai oleh Asas Persaingan yang Sehat.**
- a. **Penggunaan kata-kata yang berlebihan :**
Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata "ter-", "paling", "nomor satu" dan atau sejenisnya tanpa menjelaskan dalam hal apa keunggulannya itu, dan harus dapat membuktikan sumber-sumber otentik pernyataan tersebut.
 - b. **Perbandingan langsung :**
 - Iklan tidak dibenarkan mengadakan perbandingan langsung dengan menampilkan merek dan atau produk pesaing.
 - Perbandingan tidak langsung harus didasarkan pada kriteria yang tidak menyesatkan konsumen.
 - c. **Merendahkan :**
Iklan tidak boleh secara langsung ataupun tidak langsung merendahkan produk-produk lain.
 - d. **Peniruan :**
Iklan tidak boleh meniru iklan lain sedemikian rupa, sehingga menimbulkan kesan yang akan / dapat membingungkan atau menyesatkan konsumen. Peniruan tersebut meliputi merek dagang, logo, komposisi huruf dan gambar serta slogan.

C. PENERAPAN KHUSUS

1. **Penampilan Anak-anak :**
 - a. Iklan tidak boleh memperlihatkan anak-anak dalam adegan-adegan yang berbahaya, menyesatkan atau tidak pantas dilakukan oleh anak-anak.
 - b. Anak-anak tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk yang tidak layak dikonsumsi oleh anak-anak.
2. **Penampilan Tenaga Profesional :**
Dokter, ahli farmasi, tenaga medis dan paramedis lain atau atribut-atribut profesinya tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk obat-obatan, alat-alat kesehatan maupun kosmetika.
3. **Penyamaran Negara asal Produk :**
Iklan produk dalam negeri yang menggunakan model dan atau property asing dan atau lokasi luar negeri, tidak boleh menimbulkan kesan bahwa produk yang diiklankan tersebut adalah buatan luar negeri.
4. **Dana Amal :**
Iklan yang menyebut sumbangan untuk amal harus menerangkan dengan jelas jumlah atau presentasi dana yang akan disumbangkan, serta badan sosial atau pihak yang akan menerima sumbangan.
5. **Peluang Usaha dan Investasi :**
Iklan yang menawarkan kesempatan berusaha/investasi/pinjam-meminjam/permodalan, tidak boleh menyesatkan, serta harus jelas dan lengkap menyebutkan sifat dan bentuk penawarannya.
6. **Minuman Keras :**
 - a. Iklan tidak boleh mempengaruhi atau merangsang orang untuk mulai minum minuman keras.
 - b. Iklan tidak boleh menyarankan bahwa tidak meminum minuman keras adalah hal yang tidak wajar.
 - c. Iklan tidak boleh menggambarkan penggunaan minuman keras dalam kegiatan-kegiatan yang dapat membahayakan keselamatan.
 - d. Iklan minuman keras tidak boleh menampilkan ataupun ditujukan terhadap anak-anak di bawah usia 16 tahun dan atau wanita hamil.
 - e. Iklan minuman keras tidak boleh dimuat pada media periklanan yang khalayak sasaran utamanya adalah anak-anak di bawah usia 16 tahun.
7. **Rokok :**
 - a. Iklan tidak boleh mempengaruhi atau merangsang orang untuk mulai merokok.
 - b. Iklan tidak boleh menyarankan bahwa tidak merokok adalah hal yang tidak wajar.
 - c. Iklan tidak boleh menggambarkan orang merokok dalam kegiatan-kegiatan yang dapat membahayakan keselamatan.

- d. Iklan rokok tidak boleh menampilkan ataupun ditujukan terhadap anak-anak di bawah usia 16 tahun dan atau wanita hamil.
 - e. Iklan rokok tidak boleh dimuat pada media periklanan yang khalayak sasaran utamanya adalah anak-anak di bawah usia 16 tahun.
8. **Pesanan Lewat Pos :**
- a. Pengiklan harus mencantumkan alamatnya dengan jelas dan lengkap, sehingga dapat dihubungi pada jam-jam kerja.
 - b. Syarat-syarat pembayaran dan penukaran / pengembalian barang harus secara jelas dan lengkap dicantumkan dalam iklan atau katalog yang dirujuk oleh iklan tersebut.
9. **Real Estate :**
- a. Iklan Real Estate (perumahan, rumah susun, perkantoran dan sebagainya) hanya dapat dimediasi jika telah memperoleh seluruh izin yang diperlukan dari yang berwenang, serta bebas dari tuntutan oleh pihak manapun.
 - b. Syarat-syarat pembayaran, lokasi, status tanah dan bangunan harus jelas dan lengkap dicantumkan dalam iklan atau katalog yang dirujuk oleh iklan tersebut.
 - c. Informasi dasar :
Rincian jumlah, waktu dan cara pembayaran harus jelas dicantumkan dalam iklan atau katalog yang dirujuk oleh iklan tersebut, sehingga konsumen mengetahui hak dan kewajibannya.
10. **Obat-obatan :**
- a. Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui Departemen Kesehatan RI.
 - b. Iklan tidak boleh menggunakan kata/ungkapan/penggambaran yang menjanjikan penyembuhan dari sesuatu penyakit, selain hanya membantu menghilangkan gejalanya.
 - c. Iklan tidak boleh menggambarkan atau menimbulkan kesan pemberian advis, rekomendasi atau keterangan tentang penggunaan obat tertentu oleh dokter, perawat, tenaga kesehatan lain, ahli farmasi, rumah sakit ataupun atribut-atribut profesi medis lainnya.
 - d. Iklan harus memperhatikan keamanan dari penggunaan obat-obat yang diiklankan, terutama terhadap anak-anak.
 - e. Iklan tidak boleh menganjurkan pemakaian suatu obat secara berlebihan.
 - f. Iklan tidak boleh menganjurkan bahwa suatu obat merupakan syarat mutlak untuk mempertahankan kesehatan tubuh.
 - g. Iklan tidak boleh memanipulasi rasa takut seseorang terhadap sesuatu penyakit karena tidak menggunakan obat yang diiklankan.
 - h. Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti "aman", "tidak berbahaya", "bebas risiko" dan sebagainya, tanpa keterangan yang lengkap.
 - i. Iklan tidak boleh menawarkan diagnosa. Pengobatan atau perawatan melalui surat-menyerurat harus dihindarkan.
 - j. Iklan tidak boleh menawarkan pengembalian uang ('warranty').
11. **Pengobatan**
Jasa-jasa pengobatan dan perawatan, termasuk klinik-klinik spesialis tidak boleh diiklankan, kecuali merupakan pengumuman tentang buka, tutup dan pindah praktek, sesuai dengan Kode Etik Profesi masing-masing.
12. **Vitamin/Mineral :**
- a. Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui oleh Departemen Kesehatan RI.
 - b. Iklan tidak boleh menyatakan / memberi kesan bahwa vitamin / mineral selalu dibutuhkan untuk melengkapi makanan yang sudah sempurna nilai gizinya.
 - c. Iklan tidak boleh menyatakan/memberi kesan bahwa penggunaan vitamin/mineral adalah syarat mutlak bagi semua orang.
 - d. Iklan tidak boleh menyatakan bahwa kesehatan, kegairahan dan kecantikan akan dapat diperoleh hanya dari penggunaan vitamin atau mineral.
 - e. Iklan tidak boleh mengandung pernyataan tentang peningkatan kemampuan seks secara langsung atau tidak langsung.
13. **Kosmetika :**
- a. Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui oleh Departemen Kesehatan RI.
 - b. Iklan tidak boleh menjanjikan hasil mutlak seketika, bila penggunaan kosmetika tersebut harus dilakukan secara teratur dan terus menerus.

BAB III TATA CARA

HUBUNGAN ANTAR UNSUR YANG BERKEPENTINGAN DALAM PERIKLANAN

A. PELAKU PERIKLANAN DAN PEMERINTAH

Periklanan tidak boleh bertentangan dengan segala peraturan perundangan yang berlaku.

B. PELAKU PERIKLANAN DAN KONSUMEN

1. Penerapan Umum

1. Pelaku periklanan wajib menyadari, bahwa upaya melindungi konsumen merupakan bagian integral dari proses, perwujudan dan penyebar-luasan iklan.
2. Pelaku periklanan wajib menyadari, bahwa iklan yang tidak baik atau tidak benar dapat berdampak lebih negatif bagi konsumen yang berpendidikan rendah atau berpenghasilan rendah.
3. Konsumenten wajib menyadari, bahwa sikap kritis dan terbuka merupakan kunci utama untuk tercapainya periklanan yang sehat, jujur dan bertanggung-jawab.
4. Konsumen wajib menyadari, bahwa pemanfaatan periklanan untuk memperoleh hasil usaha yang wajar, merupakan hak bagi para pelaku periklanan.

2. Penerapan Khusus

Dalam mengiklankan sesuatu produk, pelaku periklanan wajib memperhatikan dan menghormati hak-hak dasar konsumen, yaitu:

- a. Perlindungan keselamatan atas pemanfaatan sesuatu produk.
- b. Mendahulukan kebutuhan pokok daripada kebutuhan sampingan.
- c. Memperoleh informasi secara jelas dan lengkap.
- d. Memilih produk atau merek tertentu.
- e. Memperoleh lingkungan hidup yang sehat.
- f. Didengar keluhan dan sarannya.

C. PENGIKLAN DAN PERUSAHAAN PERIKLANAN

1. Pengiklan wajib memberi keterangan yang benar dan lengkap kepada Perusahaan Periklanan mengenai produk yang akan diiklankan.
2. Ikatan kerja antara pihak, dianjurkan untuk ditetapkan dalam suatu surat perjanjian.
3. Dalam melayani Pengiklan, Perusahaan Periklanan tidak dibenarkan melayani Pengiklan lain yang memasarkan produk sejenis, kecuali dengan persetujuan tertulis dari para Pengiklan dimaksud.
4. Perusahaan Periklannya dalam batas termasuk biaya-biaya lain yang tersebut dalam rangka kegiatan periklannya, seperti pembuatan naskah iklan, foto, model dan sebagainya.
5. Perusahaan Periklanan wajib memiliki data lengkap tentang Media, agar dapat memberi usulan yang layak dalam pemilihan Media kepada Pengiklannya.

Data ini sekurang-kurangnya meliputi :

Untuk media cetak :

Oplah, profil pembaca, teknik cetak, kala cetak dan tarif iklan.

a. Untuk media elektronik :

Acara, jam serta frekuensi siaran, profit pendengar/pemirsa dan tarif iklan.

b. Untuk media bioskop :

Jam pertunjukkan, kapasitas tempat duduk, golongan bioskop dan tarif iklan.

c. Untuk media luar ruang :

Lokasi, kepadatan lalu lintas, jangka waktu pengurusan serta berlakunya izin.

6. Pengiklan berhak meninjau kembali penggunaan anggaran untuk setiap kampanye periklanan.
7. Semua materi periklanan yang dibuat Perusahaan Periklanan, jika telah dilunasi oleh Pengiklan, adalah milik Pengiklan.
8. Perusahaan Periklanan wajib memegang teguh dan bertanggung jawab atas kerahasiaan segala informasi dan kegiatan periklannya dari produk yang ditanganinya.
9. Perusahaan Periklanan wajib secara jujur menjelaskan kepada Pengiklan, pelaksanaan atas pembayaran iklan-iklan yang dimediakannya, disertai bukti-bukti.

D. MEDIA, REKANAN DAN PEMESAN

1. Penerapan Umum

Tarif iklan yang berlaku harus ditaati oleh Pemesan.

- a. Perubahan tarif iklan wajib diberitahukan Media secara tertulis dan dalam tenggang waktu yang layak.
- b. Segala ketentuan pemasangan iklan wajib diberitahukan Media secara tertulis dan dalam tenggang waktu yang layak.

- c. Perjanjian antara Perusahaan Periklanan dan atau Pengiklan dengan Media harus dikukuhkan dalam ikatan kontrak yang sah.
- d. Komisi optimal, untuk dan atas nama Pengiklan, dapat diberikan kepada Perusahaan Periklanan yang menjadi anggota asosiasi yang diakui Pemerintah.
- e. Komisi pribadi tidak boleh diterimakan kepada karyawan Pengiklan, Perusahaan Periklanan ataupun Media.
- f. Penyimpangan dari pesanan harus diselesaikan sendiri antara Pemesan dengan Media yang bersangkutan.
- g. Pemantauan atas penyiaran/pemuatan/pemasangan iklan wajib dilakukan Perusahaan Periklanan sebagai pelayanan terhadap Pengiklannya.
- h. Dokumen pertanggung jawaban mengenai pelaksanaan penyiaran iklan wajib diserahkan Media kepada Pemesan sesuai jadwal yang telah disepakati.
- i. Pembayaran atas waktu/ruang/lokasi iklan wajib dilakukan Pemesan sesuai jadwal/domisili yang sudah disepakati oleh para pihak. Jumlah pembayaran tersebut harus sudah mencakup segala pajak yang berlaku.
- j. Monopoli waktu/ruang/lokasi iklan untuk tujuan apapun yang merugikan pihak lain tidak dibenarkan.
- k. Hak pemasangan iklan, jika dilakukan melalui Perusahaan Periklanan, hanya dimiliki oleh Perusahaan Periklanan yang beroperasi secara sah di Indonesia.
- l. Menuntut perolehan iklan, disertai ancaman dalam bentuk apapun oleh Media, tidak dibenarkan.

2. Penerapan Khusus

0. Media Cetak :

- a. Jadwal dan frekuensi terbit harus dipegang teguh untuk memenuhi tanggung jawab Media kepada pembaca maupun Pemesan iklan, kecuali dalam keadaan tidak dapat dihindarkan ("force majeure").
- b. Angka dan distribusi tiras harus dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta hendaknya dapat diuji, untuk membantu para Pemesan.
- c. Mutu reproduksi teknis, baik untuk bahan iklan maupun redaksional, harus dijaga setinggi mungkin. Hasil reproduksi yang ternyata di bawah standar mutu yang disepakati sebelumnya, perlu dimusyawarahkan untuk mencapai mufakat.
- d. Penggantian iklan yang salah dipasang akibat kelalaian Media, wajib diulang pemuatannya tanpa dipungut pembayaran, atau diselesaikan menurut kesepakatan sebelumnya antara Pemesan dengan Media.
- e. Kejelasan tampilan antara iklan dengan ruang redaksional wajib dilakukan Media. Iklan yang dapat dianggap sebagai bagian dari redaksional oleh pembaca, termasuk sisipan dan suplemen, harus ditandai dengan label "Iklan No ..." dengan ukuran huruf yang tidak lebih kecil dari 10 point, tanpa berusaha menyembunyikannya.

1. Media Radio :

- a. Panjang iklan harus memenuhi standar tertentu, agar para Pemesan dapat memuat iklan dengan panjang yang baku untuk setiap stasiun.
- b. Acara dan jadwal harus diudarkan sesuai dengan diumumkan, kecuali jika ada gangguan teknis yang tidak dapat dihindarkan ("force majeure"). Dalam hal demikian, stasiun radio yang bersangkutan harus memberitahukan kepada Pemesan pada kesempatan pertama.
- c. Profil dan jumlah pendengar sebaiknya dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta hendaknya dapat diuji, diverifikasi atau diaudit oleh lembaga yang bertanggung jawab.
- d. Tarif iklan, waktu iklan khusus dan segala bentuk potongan harga harus diumumkan secara jujur dan benar. Pelaksanaan hal-hal tersebut harus diberlakukan seragam kepada setiap pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang mewakilinya.
- e. Bunyi atau efek bunyi iklan tidak boleh terdengar tidak pantas atau menimbulkan kesan yang menakutkan.
- f. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi siaran iklan di bawah standar mutu yang disetujui bersama perlu dirundingkan. Ketidak-empurnaan penyiaran iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, dan dengan persetujuan Pemesan.
- g. Persetujuan penyiaran suatu iklan perlu diperoleh terlebih dahulu dari pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang terkait, sebelum Media

- melaksanakan penyiaran iklan dimaksud.
- h. Ketentuan bagi media elektronik lain, mengikuti segala ketentuan yang berlaku bagi media radio.
2. **Media Televisi :**
- a. Panjang iklan harus memenuhi standar tertentu, agar para Pemesan dapat memuat iklan dengan panjang yang baku untuk setiap stasiun.
 - b. Acara dan jadwal harus diudarakan sesuai dengan diumumkannya, kecuali jika ada gangguan teknis yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure'). Dalam hal demikian, stasiun televisi yang bersangkutan harus memberitahukan kepada Pemesan pada kesempatan pertama.
 - c. Profil dan jumlah pemirsa sebaiknya dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta bendanya dapat diuji, diverifikasi atau diaudit oleh lembaga yang bertanggung jawab.
 - d. Tarif iklan, waktu iklan khusus dan segala bentuk potongan harga harus diumumkan secara jujur dan benar. Pelaksanaan hal-hal tersebut harus diberlakukan seragam kepada setiap Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang mewakilinya.
 - e. Gambar dan bunyi tidak boleh tampil secara tidak pantas atau menimbulkan kesan yang menakutkan.
 - f. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi maupun ketidak-sempurnaan penyiaran iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, dan dengan persetujuan Pemesan.
 - g. Persetujuan penyiaran sesuatu iklan perlu diperoleh terlebih dahulu dari pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang terkait, sebelum Media melaksanakan penyiaran iklan dimaksud.
 - h. Ketentuan bagi media elektronik lain, mengikuti segala ketentuan yang berlaku bagi media televisi.
3. **Media Bioskop :**
- a. Panjang iklan harus memenuhi standar tertentu, agar para Pemesan dapat memuat iklan dengan panjang yang baku untuk setiap bioskop.
 - b. Acara dan Jadwal harus diudarakan sesuai dengan diumumkannya, kecuali jika ada gangguan teknis yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure'). Dalam hal demikian, bioskop yang bersangkutan harus memberitahukan kepada Pemesan pada kesempatan pertama.
 - c. Profil dan jumlah penonton sebaiknya dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta hendaknya dapat diuji, diverifikasi atau diaudit oleh lembaga yang bertanggung jawab.
 - d. Tarif iklan, waktu iklan khusus dan segala bentuk potongan harga harus diumumkan secara jujur dan benar. Pelaksanaan hal-hal tersebut harus diberlakukan seragam kepada setiap Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang mewakilinya.
 - e. Gambar dan bunyi tidak boleh tampil secara tidak pantas atau menimbulkan kesan yang menakutkan.
 - f. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi maupun ketidak-sempurnaan penyiaran iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, dan dengan persetujuan Pemesan.
 - g. Persetujuan penyiaran sesuatu iklan perlu diperoleh terlebih dahulu dari pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang terkait, sebelum Media melaksanakan penyiaran iklan dimaksud.
 - h. Ketentuan bagi media elektronik lain, mengikuti segala ketentuan yang berlaku bagi media televisi.
4. **Media Luar Ruang :**
- a. Lokasi dan jadwal pemasangan harus dipegang teguh untuk memenuhi tanggung jawabnya kepada Pemesan, kecuali dalam keadaan yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure').
 - b. Riset mengenai profil jumlah khalayak sasaran dan kondisi lalu lintas setempat serta data penunjang lain, wajib disediakan oleh Media.
 - c. Mutu teknis konstruksi maupun bidang iklan harus dibuat setinggi mungkin, atau sesuai dengan standar yang berlaku menurut peraturan daerah setempat.
 - d. Ketidak-sempurnaan pemasangan iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, atau sesuai perjanjian antar pihak.

5. **Model atau Agennya :**

Substansi suatu perjanjian perlu disepakati terlebih dahulu oleh pihak pengguna dengan Model yang bersangkutan atau agennya, atau pihak lain yang dikuasakannya. Substansi perjanjian dimaksud, sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut :

- a. Produk dan merek yang menggunakan.
 - b. Jenis media kampanye yang menampilkan diri atau identitasnya.
 - c. Jadwal dan perkiraan lama pemotretan/rekaman.
 - d. Imbalan, menurut jenis, jumlah dan jadwal pembayarannya.
 - e. Segala kewajiban yang harus dilaksanakan Model.
 - f. Pajak penghasilan yang timbul atas imbalan yang diberikan oleh pengguna menjadi tanggung jawab Model.
 - g. Eksklusivitas pemeranan hanya pada suatu jenis produk selama masa perjanjian, menjadi tanggung jawab Model.
 - h. Khusus Model anak-anak, harus disertai persetujuan orang tua/walinya.
6. **Griya Film (Film Production House) :**
- a. Izin usaha yang sah harus dimiliki oleh Griya Film yang hendak melakukan hubungan usaha dengan Pemesan.
 - b. Penawaran harga produksi suatu film (iklan maupun semi dokumenter) harus diajukan terlebih dahulu oleh Griya Film berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan yang dilampiri 'script' dan atau 'story board' yang telah disepakati, serta segala hal yang berhubungan dengan cerita, model, lokasi, 'properties' dan sebagainya.
 - c. Izin produksi dan beban pajak yang timbul dalam proses film tersebut menjadi tanggung jawab Griya Film dan menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan penawaran harga yang diajukannya.
 - d. Ikatan kerja antara Griya Film dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut :
 - i. Kesanggupan Griya Film untuk melaksanakan dan menyelesaikan produksi film tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - iii. Hak atas pemilikan dan tanggung jawab penyimpanan hasil produksi.
 - iv. Persyaratan atas pesanan 'bulk copies'.
 - e. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun keahlian memproduksi film, menjadi tanggung jawab Griya Film.
 - f. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
 - g. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Griya Film hingga iklan tersebut disiarkan.
7. **Griya Swara ('Audio Production House') :**
- a. Izin usaha harus dimiliki oleh Griya Audio yang hendak melakukan hubungan usaha dengan Pemesan.
 - b. Penawaran harga produksi suatu audio harus diajukan terlebih dahulu oleh Griya Audio berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan yang dilampiri naskah, serta segala hal yang berhubungan dengan cerita, model, lokasi, 'properties' dan sebagainya.
 - c. Izin dan beban pajak yang timbul dalam proses produksi audio tersebut menjadi tanggung jawab Griya Swara dan menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan penawaran harga yang diajukannya.
 - d. Ikatan kerja antara Griya Swara dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut:
 - i. Kesanggupan Griya Swara untuk melaksanakan dan menyelesaikan produksi audio tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - iii. Hak atas pemilikan dan tanggung jawab penyimpanan hasil produksi.
 - iv. Persyaratan atas pesanan 'bulk copies'.
 - e. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun

yang bersifat keahlian memproduksi audio, menjadi tanggung jawab Griya Audio.

- f. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterima kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
 - g. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Griya Audio hingga iklan tersebut dislarkan.
8. **Perusahaan Percetakan :**
- a. Izin usaha yang sah harus dimiliki oleh Perusahaan Percetakan yang hendak melakukan hubungan dengan Pemesan.
 - b. Penawaran harga produksi suatu barang cetakan (iklan maupun semi dokumenter) harus diajukan terlebih dahulu oleh Perusahaan Percetakan berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan mengenai segala hal yang berhubungan dengan pekerjaan percetakan tersebut.
 - c. Izin produksi dan beban pajak yang timbul dalam proses produksi barang cetakan tersebut menjadi tanggung jawab perusahaan percetakan dan menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan penawaran harga yang diajukannya.
 - d. Ikatan kerja antara Perusahaan Percetakan dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut:
 - i. Kesanggupan Perusahaan Percetakan untuk melaksanakan dan menyelesaikan pesanan tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - e. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian mencetak, menjadi tanggung-jawab Perusahaan Percetakan.
 - f. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterima kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
 - g. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Perusahaan Percetakan hingga barang cetakan tersebut disiarkan.
9. **Fotografer :**
- a. Penawaran harga produksi suatu foto harus diajukan terlebih dahulu oleh Fotografer berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan mengenai segala hal yang berhubungan dengan pekerjaan memotret tersebut.
 - b. Ikatan kerja antara Fotografer dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut :
 - i. Kesanggupan Fotografer untuk melaksanakan dan menyelesaikan pesanan pemotretan tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - iii. Hak atas pemilikan dan tanggung-jawab penyimpanan hasil produksi.
 - iv. Persyaratan atas pesanan 'bulk copies'.
 - c. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian memotret, menjadi tanggung jawab Fotografer.
 - d. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterima kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
 - e. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Fotografer hingga foto tersebut disiarkan.
10. **Rekanan (Supplier) lain :**
- a. Izin usaha yang sah harus dimiliki oleh Rekanan yang hendak melakukan hubungan usaha dengan Pemesan.
 - b. Penawaran harga produksi suatu barang cetakan (iklan maupun semi dokumenter) harus diajukan terlebih dahulu oleh Perusahaan Percetakan berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan mengenai segala hal yang berhubungan dengan pesanan.
 - c. Ikatan kerja antara Rekanan dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup :
 - Kesanggupan Rekanan untuk melaksanakan dan menyelesaikan pesanan tersebut.

- Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
- d. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian Rekanan, menjadi tanggung-jawab Rekanan.
- e. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
- f. Rekanan wajib memegang teguh kerahasiaan segala informasi dan pesanan kerja Pemesan, hingga pesanan tersebut disiarkan.

BAB IV PENERAPAN DAN PROSEDUR PENGAWASAN

A. ASAS-ASAS PENGAWASAN

1. Pengertian Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, harus ditafsirkan baik dalam kerangka isi, maupun dalam kaitan semangat dan jiwanya.
2. Pelaksanaan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dilakukan oleh setiap pelaku periklanan nasional, baik sebagai perorangan, maupun sebagai organisasi atau badan usaha.
3. Penegakkan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, dilakukan oleh setiap komponen periklanan nasional, yaitu para asosiasi Pengiklan, Perusahaan Periklanan, media, serta yang menghimpun berbagai industri dan jasa penunjang periklanan lainnya.
4. Pengawasan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dilakukan oleh Komisi Periklanan Indonesia.
5. Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia ini tidak bertentangan dengan kode etik masing-masing asosiasi atau serikat dari komponen periklanan nasional.

B. PENERAPAN PENGAWASAN

1. Asosiasi komponen periklanan nasional, wajib menegur anggotanya yang terbukti melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
2. Asosiasi dapat langsung menjatuhkan sanksi bagi anggotanya yang dianggap melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
3. Asosiasi komponen periklanan nasional dapat meminta campur tangan Komisi Periklanan Indonesia untuk menyelesaikan pelanggaran Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang dilakukan oleh anggotanya.
4. Komisi Periklanan Indonesia dapat mengubah bentuk atau bobot sanksi yang akan dijatuhkan oleh asosiasi komponen periklanan nasional terhadap anggotanya.
5. Komisi Periklanan Nasional dapat menjadi penengah dalam hal terjadi perselisihan mengenai Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia antara para anggota dari asosiasi yang berbeda, ataupun antara para asosiasi itu sendiri.
6. Komisi Periklanan Indonesia atas permohonan salah satu anggota asosiasi komponen periklanan nasional, dapat memberi pengesahan atas naskah atau materi iklan yang oleh salah satu pihak, diragukan keabsahannya dalam hal Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
7. Komisi Periklanan Indonesia dapat memberi rekomendasi tertentu kepada Dewan Pers, instansi Pemerintah, ataupun lembaga-lembaga negara terkait mengenai pelaksanaan, penegakkan dan pengawasan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
8. Komisi periklanan wajib secara berkala melakukan pembinaan ke dalam dan mengupayakan perbaikan demi terlaksananya Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

C. PROSEDUR PENGAWASAN

1. Informasi pelanggaran diperoleh Komisi Periklanan Indonesia baik dari hasil pemantauan atas iklan-iklan yang sudah disiarkan/dimuat/dipasang, maupun dari laporan berbagai pihak.
2. Iklan yang mengandung unsur ideologi non-Pancasila, subversif atau SARA akan langsung diperintahkan untuk dihentikan penyiaran/pemuatan/pemasangannya.
3. Iklan yang secara jelas melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia akan langsung diminta untuk dihentikan penyiaran/pemuatan/pemasangannya dengan diberi batas waktu tertentu.
4. Iklan yang hanya diduga melakukan pelanggaran Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, akan dibahas oleh Komisi Periklanan, Indonesia untuk:
 - a. Mendengar penjelasan dan memperoleh bukti-bukti pelengkap dari pihak yang terlibat.
 - b. Menghimpun informasi dan bukti tambahan dari sumber atau pihak lain.
 - c. memutuskan untuk :
 - Mengizinkan iklan tersebut seperti apa adanya.

- Atau mengenakan sesuatu sanksi.
5. Komisi Periklanan Indonesia dapat menghimbau asosiasi komponen periklanan nasional terkait untuk dikenakannya bentuk dan bobot sanksi lain terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam pelanggaran Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

BAB V BOBOT PELANGGARAN DAN PENGENAAN SANKSI

A. BOBOT PELANGGARAN

1. Bobot pelanggaran terhadap Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia ditentukan secara klausul, dan dengan melihat bobot peran dari masing-masing pihak yang terlibat.
2. Bobot peran atau besarnya keterlibatan masing-masing pihak didasarkan pada peringkat pemrakarsa atau "otak" pelanggaran, pelaksana pelanggaran dan pembantu pelanggaran.

B. PENGENAAN SANKSI

1. Bentuk sanksi terhadap pelanggaran memiliki bobot dan tahapan, sebagai berikut:
 - a. Peringatan Pelanggaran
 - b. Perintah Pencabutan/Penghentian
 - c. Rekomendasi Sanksi
2. Penyampaian sanksi dilakukan secara tertulis dengan mencantumkan jenis pelanggaran dan rujukkan yang digunakan, disertai alasan atau bukti-buktinya.
3. Rentang waktu, untuk setiap tahapan, jika dikenakan pentahapan atas sanksi dimaksud adalah 12 (dua belas) hari kerja.
4. Karena alasan-alasan tertentu, Komisi Periklanan Indonesia dapat mengubah pemberlakuan rentang waktu sebagaimana dimaksud butir 3 Bab ini.
5. Peningkatan sanksi ke bobot yang lebih berat akan dilakukan, jika setelah 2 (dua) kali penyampaian, pihak-pihak yang terlibat tetap tidak mengindahkannya.
6. Distribusi penyampaian sanksi pada setiap bobot atau tahap pelanggaran adalah sebagai berikut:
 - a. Peringatan Pelanggaran ; hanya kepada pihak pelanggar dan asosiasi terkait.
 - b. Perintah Pencabutan/Penghentian ; kepada pihak pelanggar, asosiasi terkait, serta media yang bersangkutan.
 - c. Rekomendasi Sanksi ; kepada pihak pelanggar, asosiasi dan media yang bersangkutan, maupun kepada Dewan Pers dan atau instansi Pemerintah terkait.

PENGETERANGAN-PENGETERANGAN POKOK

1. **Anak-anak**
ialah kelompok orang di bawah usia 12 tahun, kecuali dinyatakan lain.
2. **Fotografer**
ialah perorangan atau badan usaha yang memiliki keahlian untuk membuat potret untuk iklan.
3. **Griya Film**
ialah perusahaan / badan yang mempunyai organisasi dan keahlian untuk membuat film untuk iklan.
4. **Griya Swara**
ialah perusahaan/badan yang mempunyai organisasi dan keahlian memproduksi rekaman audio untuk iklan.
5. **Iklan**
ialah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.
6. **Khalayak**
ialah pembaca, pemirsa, pendengar atau penonton sesuatu media periklanan.
7. **Komponen Periklanan Nasional**
ialah asosiasi atau serikat anggota Komisi Periklanan Indonesia.
8. **Konsumen**
ialah pengguna produk dan atau penerima pesan iklan.
9. **Media**
ialah sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan iklan kepada khalayak, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, papan iklan, pos langsung, petunjuk penjualan, selebaran, pengantar penawaran, halaman kuning, alat peraga dan sebagainya.
10. **Minuman Keras**
ialah semua jenis minuman beralkohol yang bukan obat.
11. **Model**

ialah seseorang yang memainkan peran atau mencerminkan suatu peran dalam iklan. Peran tersebut dapat berupa gambar/foto, suara dan/atau pandang-dengar (film/video/audio-visual).

12. **Obat**
ialah segala produk yang dimaksud Ketentuan Umum Pasal 1 pada Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI. No: 125/Kab/B. VII/71 tanggal 9 Juni 1971, termasuk penjelasan, tambahan ataupun penggantian.
13. **Pelaku**
ialah Pengiklan, Perusahaan Periklanan atau Media.
14. **Pemesan**
ialah pembeli ruang/waktu/lokasi sesuatu media periklanan atau pembeli jasa penunjang lain dibidang industri periklanan.
15. **Pengiklan**
ialah pemrakarsa dan pengguna jasa periklanan.
16. **Periklanan**
ialah seluruh proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan penyampaian iklan.
17. **Perusahaan Percetakan**
ialah suatu badan usaha yang bergerak dibidang cetak-mencetak dalam arti yang seluasnya untuk keperluan periklanan.
18. **Perusahaan Periklanan**
ialah suatu perusahaan jasa perencanaan, pembuatan dan pengaturan serta pengawasan penyampaian iklan untuk kepentingan Pengiklan, dengan menerima imbalan untuk jasa yang diberikannya tersebut.

Perusahaan Periklanan harus bersifat usaha yang independen dan bertanggung-jawab dalam melayani para pelanggannya. Mempunyai hak berusaha secara sah di wilayah Republik Indonesia, sesuai peraturan Pemerintah yang berlaku.

Struktur organisasinya harus minimal terdiri dari tiga bagian teknis periklanan, yaitu:

- a. Bagian Bina Usaha,
- b. Bagian Bina Cipta dan Produksi,
- c. Bagian Media,

dan sedikitnya mempunyai seorang ahli dibidang teknis periklanan pada masing-masing bagian tersebut.

Perusahaan Periklanan harus mempunyai alamat kantor yang jelas dan dalam hal terjadi perubahan alamat, harus segera memberitahukan kepada para mitra kerjanya.

19. **Produk**
ialah segala sesuatu yang diiklankan, meliputi barang, jasa, gagasan, peristiwa atau fasilitas.
20. **Rekanan Lain**
ialah perorangan atau badan usaha yang atas permintaan Pemesan, memproduksi produk atau jasa lain untuk iklan.

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 8 TAHUN 1999

TENTANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang:

- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung, tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan / atau jasa yang, memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan / atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab;
- e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan

perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
g. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen;

Mengingat:

Pasal 5 Ayat 1, Pasal 21 Ayat 1, Pasal 27, dan Pasal 33 Undang Undang Dasar 1945;

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan:

UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan

- berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebutan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. Impor barang adalah kegiatan pemasukkan barang ke dalam daerah pabean.
 8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
 9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
 10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
 11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
 12. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
 13. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II

ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

BAB III

HAK DAN KEWAJIBAN

Bagian Pertama

Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan / atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. bertindak baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang bertukad tidak baik;

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan / atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. bertindak baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV

PERBUATAN YANG DILARANG BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

Pasal 9

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilarang untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat 1 dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklankan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

- Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:
- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
 - b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
 - c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
 - d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat / isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat 1 dan ayat 2 dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

c. bahwa penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
2. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang, ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan;

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.

- e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
2. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

BAB V

KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
- a. menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
 - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
 - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
 - h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

- 2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- 3. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 dinyatakan batal demi hukum.
- 4. Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

BAB VI

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

- 1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

1. Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
2. Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat 4, Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dari tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat 1, ayat 2, ayat 3, dan ayat 4, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

1. Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
 - a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
 - b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25

1. Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat 1 bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:
 - a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
 - b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama

Pembinaan

Pasal 29

1. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajibannya konsumen dan pelaku usaha.
2. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat 2 melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
4. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat 2 meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan timbulnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Pengawasan

Pasal 30

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangnya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 3 ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 1, ayat 2, dan ayat 3 ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

1. Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:

- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
 - c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
 - d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
 - f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
2. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat 1, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua

Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15

(lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.

- 2. Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- 3. Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
- 4. Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;
- b. pelaku usaha;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademisi; dan
- e. tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah: a. warga negara Republik Indonesia; b. berbadan sehat; c. berkelakuan baik; d. tidak pernah dihukum karena kejahatan; e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau

f. diberhentikan.

Pasal 39

1. Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
3. Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

1. Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
2. Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX

**LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
SWADAYA MASYARAKAT**

Pasal 44

1. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat
2. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat 3 diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X

MENYELESAIKAN SENGKETA

Bagian Pertama

Umum

Pasal 4

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat 2 tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 46

1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
2. Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada pengadilan umum.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga

Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

1. Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
2. Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 - a. warga negara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.
3. Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat 2 terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
4. Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat 3 berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
5. Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 50

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat 1 terdiri atas:

- a. ketua merangkap anggota;
 - b. wakil ketua merangkap anggota;
 - c. anggota.
1. Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
 2. Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
 3. Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 51

1. Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.
2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat 1 harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat 3, serta dibantu oleh seorang panitera.
3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
4. Ketentuan teknis lebih lanjut pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;

i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;

- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menyalin surat, dokumen, atau alat bukti lain guna menyelidiki dan / atau memeriksa;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

1. Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.
2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat 1 harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat 3, serta dibantu oleh seorang panitera.
3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
4. Ketentuan teknis lebih lanjut pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

1. Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.

2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
3. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat 2 dianggap menerima badan penyelesaian sengketa konsumen.
4. Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 3 tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat 3 merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat 3 dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

1. Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat 2 dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
2. Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat 1, para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
3. Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

BAB XII

PENYIDIKAN

Pasal 59

1. Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung

jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.

2. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil, sebagaimana dimaksud pada ayat 1 berwenang:

- a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang, atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - e. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
3. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat 1 memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.
 4. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat 1 menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

SANKSI

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 60

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat 2 dan ayat 3, Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
2. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
3. Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

1. Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 1 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf f, dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat 1, Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat 1 huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;

- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

BAB XIV

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

BAB XV

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan
di
pada tanggal 20 April 1999
Jakarta

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

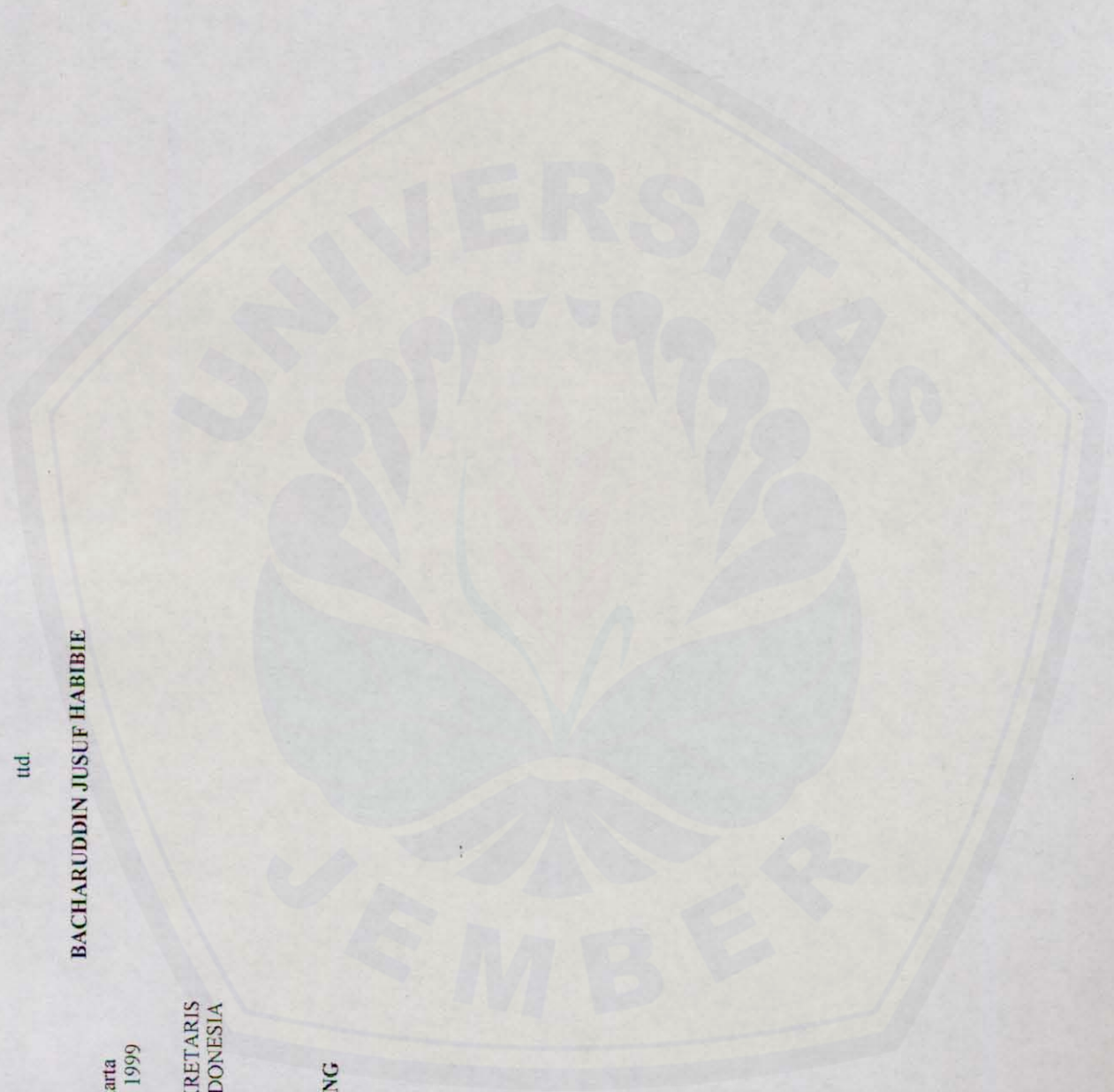
BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999

**MENTERI NEGARA SEKRETARIS
NEGARA REPUBLIK INDONESIA**

ttd.

AKBAR TANDJUNG



UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 32 TAHUN 2002

TENTANG
PENYIARAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang:

- a. bahwa penyiaran merupakan bagian integral dari pembangunan nasional sebagai pengamalan Pancasila dalam upaya mewujudkan cita-cita proklamasi kemerdekaan Indonesia berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa penyiaran melalui media komunikasi massa elektronik yaitu radio, televisi, dan media komunikasi elektronik lainnya memiliki kemampuan serta pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku manusia serta memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa yang dilandasi keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa;
- c. bahwa dengan kemampuan dan pengaruh yang besar serta perannya yang strategis tersebut, pertumbuhan dan perkembangan lembaga serta kegiatan penyiaran di Indonesia, perlu dibina dan diarahkan sehingga dapat memberi manfaat yang sebesar-besarnya bagi terwujudnya tujuan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b di atas;

- d. bahwa sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas, dipandang perlu mengatur penyelenggaraan penyiaran di Indonesia dengan Undang-undang;

Mengingat:

1. Pasal 5 ayat (1), Pasal 20 ayat (1), Pasal 28, Pasal 31 ayat (1), Pasal 32, Pasal 33, dan Pasal 36 Undang-Undang Dasar 1945;
2. Undang-undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi (Lembaran Negara Tahun 1989 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3391);
3. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 32, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3473);

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan:

UNDANG-UNDANG TENTANG PENYIARAN.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik, kabel, serat optik, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima oleh masyarakat dengan pesawat penerima siaran radio dan/atau pesawat penerima siaran televisi, atau perangkat elektronik lainnya dengan atau tanpa alat bantu.
2. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, dan karakter lainnya yang dapat diterima melalui pesawat penerima siaran radio, televisi atau perangkat elektronik lainnya, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, dengan atau tanpa alat bantu.
3. Mata Acara adalah bagian dari siaran yang berisi muatan pesan yang disusun dalam suatu kemasan yang ditujukan kepada khalayak.
4. Sistem Penyiaran Nasional adalah tatanan penyelenggaraan penyiaran nasional berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku menuju tercapainya dasar, asas, tujuan, fungsi, dan arah penyiaran nasional.
5. Siaran Sentral adalah siaran pemerintah yang wajib dipancarluaskan oleh seluruh sistem penyiaran nasional ke seluruh wilayah negara Republik Indonesia.
6. Siaran Bersama adalah siaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Pemerintah dan/atau Lembaga Penyiaran Swasta yang dipancarluaskan oleh jaringan penyiaran, baik yang bersifat lokal, regional, nasional maupun internasional.
7. Siaran Nasional adalah siaran yang dipancarkan dengan wilayah jangkauan siaran meliputi seluruh atau sebagian wilayah negara Republik Indonesia.
8. Siaran Regional adalah siaran yang dipancarkan dengan wilayah jangkauan siaran meliputi wilayah satu Propinsi.
9. Siaran Lokal adalah siaran yang dipancarkan dengan wilayah jangkauan siaran meliputi wilayah di sekitar tempat kedudukan lembaga penyiaran atau wilayah satu Kabupaten/Kotamadya.
10. Siaran Internasional adalah siaran yang dipancarkan dengan wilayah jangkauan siaran meliputi wilayah satu atau beberapa negara.
11. Siaran Berlangganan adalah siaran yang dipancarluaskan dan/ atau disalurkan khusus kepada pelanggan.
12. Pola Acara adalah susunan mata acara yang memuat penggolongan, jenis, hari, waktu dan lamanya, serta kekerapan siaran setiap mata acara dalam satu periode tertentu sebagai panduan dalam *8478 penyelenggaraan siaran.
13. Siaran Iklan adalah mata acara yang memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang, jasa, gagasan atau cita-cita dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
14. Siaran Iklan Niaga adalah mata acara yang memperkenalkan, memasyarakatkan dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran dengan tujuan mempengaruhi konsumen atau khalayak sasaran agar menggunakan produk yang ditawarkan, yang disiarkan melalui lembaga penyiaran dengan imbalan.
15. Siaran Iklan Layanan Masyarakat adalah mata acara yang memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat dengan tujuan agar khalayak sasaran berpikir, berbuat dan bertingkah laku sesuai dengan yang diharapkan penaja iklan, yang disiarkan melalui lembaga penyiaran dengan atau tanpa imbalan.

16. Badan Pertimbangan dan Pengendalian Penyiaran Nasional, yang selanjutnya disingkat dengan BP3N, adalah lembaga nonstruktural yang merupakan wadah kerja sama sebagai wujud interaksi positif antara penyelenggara penyiaran, Pemerintah, dan masyarakat dalam membina pertumbuhan dan perkembangan penyiaran nasional.

17. Lembaga Penyiaran adalah organisasi penyelenggara siaran, baik Lembaga Penyiaran Pemerintah, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus maupun penyelenggara siaran lainnya, yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

18. Rumah Produksi adalah perusahaan pembuatan rekaman video dan/atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran.

19. Menteri adalah Menteri Penerangan.

BAB II

DASAR, ASAS, TUJUAN, FUNGSI, DAN ARAH

Pasal 2

Penyiaran diselenggarakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Pasal 3

Penyiaran berasaskan keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, kemanfaatan, pemerataan, keseimbangan, keserasian dan keselarasan, kemandirian, kejujuran, serta ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pasal 4

Penyiaran bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan sikap mental masyarakat Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memperkukuh persatuan dan kesatuan bangsa, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan membangun masyarakat adil dan makmur.

Pasal 5

Penyiaran mempunyai fungsi sebagai media informasi dan penerangan, pendidikan, dan hiburan, yang memperkuat ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, serta pertahanan dan keamanan.

Pasal 6

Penyiaran diarahkan untuk :

a. meningkatkan kualitas sumber daya manusia;

b. menyalurkan pendapat umum yang konstruktif dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara serta meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pembangunan;

c. meningkatkan ketahanan budaya bangsa;

d. meningkatkan kemampuan perekonomian nasional untuk mewujudkan pemerataan dan memperkuat daya saing;

e. meningkatkan kesadaran hukum dan disiplin nasional;

f. meningkatkan stabilitas nasional yang mantap dan dinamis.

BAB III

PENYELENGGARAAN PENYIARAN

Bagian Pertama Umum

Pasal 7

- (1) Penyiaran dikuasai oleh Negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh Pemerintah.
- (2) Dalam melaksanakan pembinaan dan pengendalian sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), Pemerintah didampingi oleh BP3N.

Pasal 8

- (1) Penyiaran diselenggarakan dalam satu Sistem Penyiaran Nasional.
- (2) Sistem Penyiaran Nasional merupakan pedoman dalam menyelenggarakan penyiaran.

Bagian Kedua

Jenis Penyiaran

Pasal 9

- (1) Jenis penyiaran yang menjadi subsistem dari Sistem Penyiaran Nasional terdiri dari jasa penyiaran, jasa siaran, dan jasa layanan informasi yang menjangkau masyarakat luas sebagai berikut:
 - a. penyiaran radio atau penyiaran televisi;

- b. siaran radio dan/atau televisi berlangganan;
 - c. siaran untuk disalurkan sebagai materi mata acara penyiaran radio dan televisi atau materi saluran siaran berlangganan;
 - d. siaran audiovisual di lingkungan terbuka secara terbatas (closed circuit TV);
 - e. siaran melalui satelit dengan satu saluran atau lebih;
 - f. siaran radio dan/atau televisi untuk lingkungan khalayak terbatas;
 - g. siaran audiovisual berdasarkan permintaan (video-on-demand services);
 - h. layanan informasi suara dengan teks (audiotext services);
 - i. layanan informasi gambar dengan teks (videotext services);
 - j. layanan informasi multimedia;
 - k. jasa penyiaran, jasa siaran, dan jasa layanan informasi lainnya.
- (2) Jenis penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Pemerintah dan Lembaga Penyiaran Swasta.

(3) Jenis penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b sampai dengan huruf k, diselenggarakan oleh Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus.

Bagian Ketiga

Lembaga Penyiaran Pemerintah

Pasal 10

- (1) Lembaga Penyiaran Pemerintah adalah suatu unit kerja organik di bidang penyiaran di lingkungan Departemen Penerangan, yang diberi wewenang khusus, berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri, serta berkedudukan di ibu kota negara, yang stasiun penyiarnya berada di ibu kota negara, ibu kota propinsi, dan ibu kota kabupaten/kotamadya yang dianggap perlu.
- (2) Lembaga Penyiaran Pemerintah mengutamakan usaha pemberian jasa penyiaran kepada seluruh lapisan masyarakat secara merata di seluruh wilayah negara Republik Indonesia.

(3) Lembaga Penyiaran Pemerintah terdiri dari Radio Republik Indonesia, Televisi Republik Indonesia, Radio Siaran Internasional Indonesia, dan Televisi Siaran Internasional Indonesia yang dikelola secara profesional.

(4) Radio Republik Indonesia dan Televisi Republik Indonesia masing-masing menyelenggarakan berbagai acara siaran melalui beberapa program/saluran, satu di antaranya merupakan program/saluran pendidikan.

(5) Lembaga Penyiaran Pemerintah dapat menyelenggarakan siaran berlangganan dan jasa tambahan penyiaran radio data melalui siaran radio (radio data services) dan informasi teks melalui siaran televisi (teletext).

(6) Lembaga Penyiaran Pemerintah dapat mengadakan kerja sama dengan pihak swasta nasional di bidang penyiaran atau bidang usaha lain yang dapat mendukung kegiatan penyiaran.

(7) Sumber pembiayaan Lembaga Penyiaran Pemerintah diperoleh dari:

a. Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN);

b. alokasi dana dari iuran penyiaran, kontribusi, dan biaya izin penyelenggaraan penyiaran;

c. alokasi dana dari siaran iklan niaga Radio Republik Indonesia; dan

d. usaha-usaha lain yang sah.

(8) Ketentuan lebih lanjut mengenai Lembaga Penyiaran Pemerintah diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Keempat

Lembaga Penyiaran Swasta

Pasal 11

(1) Lembaga Penyiaran Swasta adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya khusus menyelenggarakan siaran radio atau siaran televisi.

(2) Lembaga Penyiaran Swasta didirikan oleh warga negara atau badan hukum Indonesia yang tidak pernah dinyatakan bersalah berdasarkan putusan pengadilan dalam kegiatan yang menentang Pancasila.

(3) Lembaga Penyiaran Swasta dilarang didirikan semata-mata hanya dikhususkan untuk menyiarkan mata acara tentang aliran politik, ideologi, agama, aliran tertentu, perseorangan, atau golongan tertentu.

Pasal 12

(1) Lembaga Penyiaran Swasta didirikan dengan modal yang sepenuhnya dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum yang seluruh modal sahamnya dimiliki oleh warga negara Indonesia.

(2) Penambahan atau pemenuhan modal berikutnya bagi pengembangan Lembaga Penyiaran Swasta hanya dapat dilakukan oleh lembaga penyiaran yang bersangkutan setelah mendapat persetujuan Pemerintah.

(3) Penambahan atau pemenuhan kebutuhan modal melalui pasar modal dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.

Pasal 13

(1) Pemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta, baik yang mengarah pada pemusatan di satu orang atau di satu badan hukum maupun *8482 yang mengarah pada pemusatan di satu tempat atau di satu wilayah, dilarang.

(2) Kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta dengan perusahaan media cetak dan antara Lembaga Penyiaran Swasta dengan Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus, baik langsung maupun tidak langsung, dibatasi.

(3) Karyawan di lingkungan Lembaga Penyiaran Swasta diberi hak memiliki saham yang besarnya diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pemilikan dan kepemilikan Lembaga Penyiaran Swasta diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 14

Lembaga Penyiaran Swasta dilarang menerima bantuan modal dari pihak asing.

Pasal 15

(1) Sumber pembiayaan lembaga penyiaran swasta diperoleh dari siaran iklan niaga dan usaha-usaha lain yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

(2) Lembaga penyiaran swasta dilarang memungut pembayaran wajib, kecuali lembaga yang menyelenggarakan siaran berlangganan.

Pasal 16

(1) Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan siaran radio didirikan di lokasi tertentu dari suatu wilayah, sesuai dengan peta lokasi stasiun penyiaran radio, yang jumlahnya ditetapkan oleh Pemerintah.

(2) Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan siaran televisi didirikan di ibu kota negara dan jumlahnya ditetapkan oleh Pemerintah.

(3) Lembaga Penyiaran Swasta hanya dapat menyelenggarakan siaran dengan satu program/saluran siaran.

(4) Dalam keadaan tertentu Lembaga Penyiaran Swasta dapat ditunjuk oleh Pemerintah untuk mendukung penyelenggaraan siaran internasional.

Pasal 17

(1) Lembaga penyiaran swasta wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran dari Pemerintah.

(2) Izin penyelenggaraan penyiaran radio diberikan untuk jangka waktu 5 (lima) tahun dan izin penyelenggaraan penyiaran televisi diberikan untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan dapat diperpanjang.

(3) Pemberian izin penyelenggaraan penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) berdasarkan wilayah jangkauan siaran, dan khusus bagi penyiaran radio selain wilayah jangkauan siaran juga *8483 memperhatikan format stasiun.

(4) Lembaga Penyiaran Swasta wajib membayar biaya izin penyelenggaraan penyiaran dan kontribusi kepada Pemerintah, khusus Lembaga Penyiaran Swasta radio tidak wajib membayar kontribusi.

(5) Izin penyelenggaraan penyiaran dilarang dipindahtangankan.

(6) Ketentuan lebih lanjut mengenai syarat dan tata cara memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), syarat dan tata cara perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) serta biaya izin dan kontribusi sebagaimana dimaksud dalam ayat (4), diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 18

(1) Izin penyelenggaraan penyiaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1), termasuk penggunaan frekuensi, sarana pemancaran, dan sarana transmisi dikeluarkan oleh Menteri setelah berkoordinasi dengan instansi terkait.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai koordinasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 19

(1) Lembaga Penyiaran Swasta menetapkan pemimpin dan penanggung jawab penyelenggara penyiaran yang mencakup:

a. pemimpin umum;

b. penanggung jawab siaran;

c. penanggung jawab pemberitaan;

d. penanggung jawab teknik;

e. penanggung jawab usaha.

(2) Khusus bagi Lembaga Penyiaran Swasta radio, pemimpin dan penanggung jawab penyelenggara penyiaran sekurang-kurangnya terdiri dari:

a. pemimpin umum;

b. penanggung jawab siaran;

c. penanggung jawab pemberitaan.

(3) Pemimpin dan penanggung jawab sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) hanya dapat dijabat oleh warga negara Indonesia yang

tidak pernah dinyatakan bersalah berdasarkan putusan pengadilan dalam kegiatan yang menentang Pancasila.

- (4) Pertanggungjawaban hukum pemimpin umum Lembaga Penyiaran Swasta dapat dilimpahkan secara tertulis kepada penanggung jawab, sesuai dengan bidang pertanggungjawaban masing-masing.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai susunan, tugas, tanggung jawab, dan pelimpahan tanggung jawab pemimpin dan penanggung jawab penyelenggara penyiaran siaran diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kelima

Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus

Pasal 20

Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus meliputi :

- a. penyelenggara siaran berlangganan melalui satelit;
- b. penyelenggara siaran berlangganan melalui pemancaran terestrial;
- c. penyelenggara siaran berlangganan melalui kabel;
- d. penyelenggara siaran yang khusus untuk disalurkan ke saluran radio atau televisi berlangganan atau ke penyelenggara penyiaran untuk menjadi bagian dari siaran;

e. penyelenggara jasa audiovisual secara terbatas di lingkungan terbuka (closed circuit TV);

f. penyalur siaran melalui satelit dengan satu saluran atau lebih;

g. penyalur siaran dalam lingkungan terbatas;

h. penyelenggara jasa audiovisual berdasarkan permintaan (video-on-demand services);

i. penyelenggara jasa layanan informasi suara dengan teks (audio text services);

j. penyelenggara jasa layanan informasi gambar dengan teks (videotext services);

k. penyelenggara jasa layanan informasi multimedia;

l. Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus lainnya.

Pasal 21

Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20, harus berbadan hukum Indonesia dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin dari Menteri.

Pasal 22

- (1) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 12, Pasal 13, Pasal 14, Pasal 17 ayat (4) dan ayat (5) serta Pasal 18, berlaku pula bagi Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus.

(2) Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus seperti tersebut dalam Pasal 20 wajib menyelenggarakan sensor internal terhadap semua isi siaran yang akan disiarkan dan/atau disalurkan.

Pasal 23

(1) Penyelenggara siaran berlangganan melalui satelit, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf a, harus menggunakan sarana pemancar ke satelit (uplink) yang berlokasi di Indonesia dan mengutamakan penggunaan satelit Indonesia.

(2) Penyelenggara siaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dalam menyelenggarakan siarannya mengutamakan masyarakat di wilayah Indonesia sebagai sasarannya.

(3) Penyelenggara siaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), harus menjamin agar siarannya hanya diterima oleh pelanggan.

Pasal 24

(1) Penyelenggara siaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf a dan huruf c, dalam menyelenggarakan siarannya harus menyiarkan 1 (satu) siaran produksi dalam negeri berbanding 10 (sepuluh) siaran produksi luar negeri, sekurang-kurangnya 1 (satu) siaran produksi dalam negeri.

(2) Penyelenggara siaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf b, dalam menyelenggarakan siarannya harus menyiarkan 1 (satu) siaran produksi dalam negeri berbanding 5 (lima) siaran produksi luar negeri, sekurang-kurangnya 1 (satu) siaran produksi dalam negeri.

(3) Perbandingan siaran produksi dalam negeri dengan siaran produksi luar negeri, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2), dapat ditinjau ulang oleh Pemerintah.

Pasal 25

Penyelenggara siaran berlangganan melalui kabel, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf c, harus menyalurkan siaran televisi, baik dari Lembaga Penyiaran Pemerintah maupun lembaga penyiaran swasta, yang dapat diterima di wilayah lokal, tempat lembaga yang bersangkutan melakukan kegiatan siaran berlangganan.

Pasal 26

Ketentuan lebih lanjut mengenai Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20, syarat dan tata cara memperoleh izin serta biaya perizinan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 dan Pasal 22, dan jangka waktu berlakunya izin serta perpanjangan izin diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Keenam

Lembaga Penyiaran Asing

Pasal 27

(1) Lembaga Penyiaran Asing dilarang didirikan di Indonesia.

(2) Lembaga Penyiaran Asing hanya dapat melakukan kegiatan siaran secara tidak tetap dan/atau kegiatan jurnalistik di Indonesia dengan izin Pemerintah.

(3) Lembaga Penyiaran Asing yang melakukan kegiatan siaran secara tidak tetap dari Indonesia dapat membawa perangkat pengirim siaran ke satelit setelah memperoleh izin Pemerintah.

- (4) Lembaga Penyiaran Asing dapat membuka perwakilan atau menempatkan koresponden untuk melakukan kegiatan jurnalistik di Indonesia dengan izin Pemerintah.
- (5) Lembaga Penyiaran Asing dan kantor berita asing yang melakukan kegiatan jurnalistik di Indonesia, baik yang disiarkan secara langsung maupun dalam bentuk rekaman video, harus mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (6) Lembaga Penyiaran Asing yang menyewa fasilitas transmisi ke satelit dan transponder satelit Indonesia untuk siaran internasional dapat melakukan pengiriman siarannya dari Indonesia berdasarkan izin Pemerintah.
- (7) Ketentuan lebih lanjut mengenai perizinan dan kegiatan Lembaga Penyiaran Asing di Indonesia diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Ketujuh

Hubungan Antarlembaga Penyiaran

Pasal 28

Lembaga-lembaga penyiaran wajib menumbuhkan dan mengembangkan kerja sama serta iklim usaha yang sehat untuk menghindari kemungkinan terjadinya persaingan yang dapat merugikan kepentingan pelayanan siaran bagi masyarakat.

Pasal 29

- (1) Dalam rangka menumbuhkan dan mengembangkan kerja sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28, lembaga-lembaga penyiaran dan para praktisi penyiaran, masing-masing membentuk wadah kerja sama lembaga dan wadah kerja sama profesi.

- (2) Lembaga-lembaga penyiaran wajib bergabung dalam wadah kerja sama lembaga dan para praktisi profesi penyiaran wajib bergabung dalam wadah kerja sama profesi, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Pasal 30

- (1) Pemerintah mengatur dan mengkoordinasikan kerja sama antarlembaga penyiaran di dalam negeri dan antara lembaga penyiaran di dalam negeri dengan organisasi internasional atau lembaga penyiaran di luar negeri yang menyangkut kepentingan bersama.
- (2) Lembaga Penyiaran Pemerintah dan Lembaga Penyiaran Swasta dapat mewakili Indonesia pada forum, badan, atau organisasi penyiaran internasional.
- (3) Lembaga Penyiaran Swasta dapat menjadi peserta atau anggota pada forum, badan, atau organisasi penyiaran internasional atas izin Pemerintah.

Pasal 31

- (1) Dengan izin Pemerintah, kerja sama pemancaran siaran, teknik, dan jasa dengan Lembaga Penyiaran Asing di luar negeri dilakukan atas dasar prinsip saling menguntungkan.
- (2) Lembaga Penyiaran Pemerintah dapat melakukan kerja sama pemancaran siaran luar negeri dengan Lembaga Penyiaran Asing guna saling membantu dengan perangkat pemancar masing-masing untuk saling meningkatkan kualitas penerimaan dan jangkauan siaran di wilayah sasaran khalayak kedua belah pihak.

BAB IV

PELAKSANAAN SIARAN

Bagian Pertama Isi Siaran

Pasal 32

- (1) Sesuai dengan dasar, asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, isi siaran Lembaga Penyiaran Pemerintah dan Lembaga Penyiaran Swasta wajib lebih banyak memuat mata acara siaran produksi dalam negeri.
- (2) Mata acara siaran radio dan televisi dalam negeri, paling sedikit 70 (tujuh puluh) berbanding 30 (tiga puluh) dengan mata acara siaran yang berasal dari luar negeri.
- (3) Mata acara siaran dari luar negeri yang dapat disiarkan adalah yang tidak merugikan kepentingan nasional dan tata nilai yang berlaku di Indonesia, serta tidak merusak hubungan baik dengan negara sahabat.
- (4) Isi siaran yang disiarkan oleh Lembaga Penyiaran Pemerintah dan Lembaga Penyiaran Swasta harus sesuai dengan standar isi siaran, terutama program produksi dalam negeri dan program anak.
- (5) Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan pada anak dan remaja dengan menyiarkan acara pada waktu khusus.
- (6) Materi siaran yang akan disiarkan hendaknya mengandung unsur yang bersifat membangun moral dan watak bangsa, persatuan dan kesatuan, pemberdayaan nilai-nilai luhur budaya bangsa, disiplin, serta cinta ilmu pengetahuan dan teknologi.
- (7) Isi siaran yang mengandung unsur kekerasan dan sadisme, pornografi, takhayul, perjudian, pola hidup permisif, konsumtif, hedonistis, dan feodalistis, dilarang.
- (8) Isi siaran yang bertentangan dengan Pancasila, seperti halnya yang bertolak dari paham komunisme, Marxisme-Leninisme, dilarang.

- (9) Isi siaran dilarang memuat hal-hal yang bersifat menghasut, mempertentangkan, dan/atau bertentangan dengan ajaran agama atau merendahkan martabat manusia dan budaya bangsa atau memuat hal-hal yang patut dapat diduga mengganggu persatuan dan kesatuan bangsa.

Bagian Kedua Bahasa Siaran

Pasal 33

- (1) Bahasa pengantar utama dalam pelaksanaan siaran adalah bahasa Indonesia.
- (2) Bahasa daerah dapat digunakan sebagai bahasa pengantar dalam pelaksanaan siaran sejauh diperlukan untuk mendukung mata acara tertentu.
- (3) Bahasa Inggris hanya dapat digunakan sebagai bahasa pengantar sesuai dengan keperluan suatu mata acara.
- (4) Bahasa asing lainnya di luar bahasa Inggris dapat dipergunakan sebagai bahasa pengantar hanya untuk mata acara pelajaran bahasa asing yang bersangkutan.
- (5) Bahasa isyarat dapat digunakan dalam pelaksanaan siaran televisi tertentu yang ditujukan kepada pemirsa tunarungu.
- (6) Mata acara berbahasa Inggris, dapat disiarkan dengan cara untuk radio diberi narasi dalam bahasa Indonesia, sedangkan untuk televisi dapat diberi narasi atau teks bahasa Indonesia.
- (7) Mata acara yang menggunakan bahasa asing di luar mata acara sebagaimana dimaksud dalam ayat (6), kecuali bahasa yang serumpun dengan bahasa Indonesia, wajib diberi narasi dalam bahasa Indonesia

untuk radio, sedangkan untuk televisi wajib disulihsuarakan ke dalam bahasa Inggris dan diberi narasi atau teks bahasa Indonesia.

(8) Mata acara berbahasa asing secara selektif dapat disulihsuarakan ke dalam bahasa Indonesia sesuai dengan keperluan mata acara tertentu.

(9) Penggunaan bahasa asing dalam acara siaran agama disesuaikan dengan keperluan ajaran agama yang bersangkutan.

(10) Bahasa asing dapat dipergunakan untuk mata acara siaran yang ditujukan ke luar negeri dalam acara siaran internasional sesuai dengan bahasa di wilayah masyarakat sasaran.

(11) Bahasa asing dalam mata acara siaran televisi yang berasal dari luar negeri dapat disiarkan di dalam negeri melalui saluran audio terpisah, yang hanya dapat diterima masyarakat dengan pesawat penerima siaran televisi yang memiliki fasilitas untuk keperluan tersebut.

(12) Penggunaan bahasa asing dalam mata acara siaran televisi dan siaran lainnya yang berasal dari luar negeri dan dipancarluaskan oleh Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus, diatur lebih lanjut oleh Menteri.

Bagian Ketiga

Sumber Acara Siaran

Pasal 34

(1) Setiap lembaga penyiaran wajib mengutamakan mata acara yang bersumber dari dalam negeri, baik yang diproduksi sendiri maupun oleh rumah produksi di dalam negeri.

(2) Mata acara yang berasal dari luar negeri diperlakukan sebagai pembeda atau pelengkap dalam persentase yang lebih rendah daripada mata acara produksi dalam negeri.

(3) Setiap mata acara film atau rekaman video cerita yang akan disiarkan wajib terlebih dahulu memperoleh tanda lulus sensor dari Lembaga Sensor Film.

(4) Mata acara yang bersumber dari rumah produksi harus sesuai dengan standar isi siaran dan tidak boleh bertentangan dengan dasar, asas, tujuan, fungsi, dan arah penyiaran sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.

(5) Rumah produksi, sebagaimana dimaksud dalam ayat (4), harus berbadan hukum Indonesia dan memiliki izin dari Pemerintah, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(6) Persentase mata acara televisi yang disiarkan oleh Lembaga Penyiaran Swasta harus lebih besar bagi mata acara yang diproduksi oleh rumah produksi dalam negeri dibanding dengan mata acara yang diproduksi sendiri oleh Lembaga Penyiaran Swasta.

(7) Ketentuan lebih lanjut mengenai penzinaan, pemilihan, permodalan, dan ketenagakerjaan bagi rumah produksi diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Keempat

Relai Siaran

Pasal 35

(1) Siaran yang dilaksanakan oleh Lembaga Penyiaran Pemerintah dalam bentuk siaran sentral wajib direlai oleh Lembaga Penyiaran Swasta.

- (2) Mata acara siaran sentral, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), meliputi acara kenegaraan, siaran berita pada jam-jam siaran tertentu, dan acara atau pengumuman penting yang perlu segera diketahui oleh masyarakat.
- (3) Lembaga penyiaran dalam negeri dilarang merelai siaran Lembaga Penyiaran Asing untuk dijadikan acara tetap.
- (4) Merelai siaran dari luar negeri dapat dilakukan secara tidak tetap atas mata acara tertentu yang bersifat mendunia atau mata acara terpilih yang tidak bertentangan dengan kepentingan nasional.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai relai siaran diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kelima

Siaran Bersama

Pasal 36

- (1) Lembaga Penyiaran Pemerintah dan Lembaga Penyiaran Swasta dapat melakukan siaran bersama.
- (2) Siaran bersama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dikoordinasikan oleh Lembaga Penyiaran Pemerintah

Bagian Keenam

Rekaman Audio

Pasal 37

- (1) Tanggung jawab kelayakan siaran rekaman audio yang tidak diproduksi sendiri dibebankan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
- (2) Lembaga penyiaran dilarang menyiarkan :
 - a. rekaman audio yang bersifat menghasut, mempertentangkan, dan/atau bertentangan dengan ajaran agama atau merendahkan martabat manusia dan budaya bangsa atau yang memuat hal-hal yang patut dapat diduga mengganggu persatuan dan kesatuan bangsa;
 - b. rekaman musik dan lagu dengan lirik yang mengungkapkan pornografi dan hal-hal sebagaimana dimaksud dalam huruf a.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyiaran rekaman audio diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Ketujuh

Hak Siar

Pasal 38

- (1) Lembaga penyiaran wajib memiliki hak siar untuk setiap mata acara yang disiarkan.
- (2) Kepemilikan hak siar harus dicantumkan secara jelas dalam penjelasan mata acara.
- (3) Setiap mata acara siaran dilindungi berdasarkan Undang-undang tentang Hak Cipta.

Bagian Kedelapan

Klasifikasi Acara Siaran

Pasal 39

- (1) Lembaga penyiaran wajib membuat klasifikasi acara siaran untuk film, sinetron, dan/atau mata acara tertentu, baik melalui radio maupun televisi, yang disesuaikan dengan kelompok umur khalayak dan waktu penyiaran.
- (2) Klasifikasi acara siaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib dicantumkan baik pada saat diiklankan maupun pada waktu disiarkan.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai klasifikasi acara siaran diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kesembilan

Siaran Berita

Pasal 40

- (1) Lembaga Penyiaran Swasta dapat melaksanakan siaran berita.
- (2) Dalam melaksanakan siaran berita, Lembaga Penyiaran Swasta harus memenuhi standar berita dan menaati Kode Etik Siaran serta Kode Etik Jurnalistik.
- (3) Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus yang menyelenggarakan siaran berlangganan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20, dilarang menyiarkan siaran berita yang dibuat sendiri.
- (4) Rumah produksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 ayat (4) dilarang memproduksi mata acara untuk keperluan siaran berita, kecuali berita tertentu seperti karangan khas (feature) atau hal-hal yang menarik perhatian orang (human interest).

- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan siaran berita diatur dengan Keputusan Menteri.

Bagian Kesepuluh

Siaran Iklan

Pasal 41

Siaran iklan terdiri dari siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat.

Pasal 42

- (1) Materi siaran iklan niaga harus dibuat oleh perusahaan yang memiliki izin Pemerintah atau oleh lembaga penyiaran itu sendiri.
- (2) Siaran iklan niaga dilarang memuat:
 - a. promosi yang berkaitan dengan ajaran suatu agama atau aliran tertentu, ajaran politik atau ideologi tertentu, promosi pribadi, golongan, atau kelompok tertentu;
 - b. promosi barang dan jasa yang berlebih-lebihan dan yang menyesatkan, baik mengenai mutu, asal, isi, ukuran, sifat, komposisi maupun keasliannya;
 - c. iklan minuman keras dan sejenisnya, bahan/zat adiktif serta iklan yang menggambarkan penggunaan rokok;
 - d. hal-hal yang bertentangan dengan rasa kesucilaan masyarakat.
- (3) Materi siaran iklan niaga harus dibuat dengan mengutamakan latar belakang alam Indonesia, artis, dan kerabat kerja produksi Indonesia.

(4) Materi siaran iklan niaga yang akan disiarkan melalui televisi harus memperoleh tanda lulus sensor dari Lembaga Sensor Film.

(5) Materi siaran iklan niaga yang disiarkan melalui radio dipertanggungjawabkan oleh lembaga penyiaran yang bersangkutan.

(6) Siaran iklan niaga untuk anak-anak harus memperhatikan dan mengikuti standar isi siaran televisi untuk anak-anak.

(7) Siaran iklan niaga dilarang melebihi persentase waktu siaran iklan niaga yang ditetapkan, dan dilarang disisipkan pada acara siaran sentral, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat (2), dan pada acara siaran agama.

(8) Isi siaran iklan niaga harus sesuai dengan standar isi siaran.

(9) Lembaga penyiaran mengutamakan untuk menerima dan menyiarkan iklan niaga yang dipasang oleh perusahaan nasional di bidang periklanan yang menjadi anggota asosiasi perusahaan periklanan nasional yang diakui oleh Pemerintah.

Pasal 43

Siaran iklan layanan masyarakat wajib diberi porsi sekurang-kurangnya 10% (sepuluh persen) dari waktu siaran iklan niaga di Lembaga Penyiaran Swasta, dan sekurang-kurangnya 20 (dua puluh) menit dalam sehari bagi Lembaga Penyiaran Pemerintah yang disiarkan tersebar sepanjang waktu siaran.

Pasal 44

Ketentuan lebih lanjut mengenai siaran iklan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 45

Ketentuan mengenai penyelenggaraan siaran iklan oleh Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus, diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kesebelas

Pola Acara

Pasal 46

(1) Lembaga penyiaran wajib menyusun pola acara.

(2) Lembaga penyiaran wajib membuat penggolongan acara siaran yang memuat jenis, tujuan, dan maksud acara siaran tersebut.

(3) Waktu penyiaran mata acara sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), disesuaikan dengan masyarakat sasaran, kecuali untuk acara-acara tertentu yang terpilih.

(4) Pola acara yang dibuat oleh Lembaga Penyiaran Swasta harus mendapat rekomendasi dari BP3N.

(5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pola acara, penggolongan acara dan waktu penyiaran mata acara, diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Belas Wilayah Jangkauan Siaran

Pasal 47

(1) Wilayah Jangkauan Siaran meliputi:

- a. wilayah siaran nasional;
 - b. wilayah siaran regional;
 - c. wilayah siaran lokal;
 - d. wilayah siaran internasional.
- (2) Wilayah jangkauan siaran Lembaga Penyiaran Pemerintah ditentukan sebagai berikut :
- a. Stasiun penyiaran radio wilayah jangkauan siarannya adalah wilayah siaran nasional, wilayah siaran regional, wilayah siaran lokal, dan wilayah siaran internasional.
 - b. Stasiun penyiaran televisi wilayah jangkauan siarannya adalah wilayah siaran nasional, wilayah siaran regional, wilayah siaran lokal dan wilayah siaran internasional.
- (3) Wilayah jangkauan siaran Lembaga Penyiaran Swasta ditentukan sebagai berikut :
- a. Stasiun penyiaran radio wilayah jangkauan siarannya adalah wilayah siaran lokal;
 - b. Stasiun penyiaran televisi wilayah jangkauan siarannya adalah wilayah siaran nasional.
- (4) Wilayah jangkauan siaran Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus ditentukan sebagai berikut :
- a. untuk penyelenggaraan siaran radio atau televisi berlangganan melalui satelit, jangkauan siarannya meliputi seluruh wilayah Indonesia;
 - b. untuk penyelenggaraan siaran radio atau televisi berlangganan melalui pemancar terestrial, jangkauan siarannya meliputi wilayah di sekitar tempat penyelenggaraan siarannya;
 - c. untuk penyelenggaraan siaran radio atau televisi berlangganan melalui kabel, jangkauan siarannya meliputi daerah di sekitar tempat penyelenggaraan siarannya;
 - d. ketentuan lebih lanjut mengenai wilayah jangkauan Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus diatur dengan Peraturan Pemerintah.
- (5) Lembaga penyiaran dan Lembaga Penyelenggara Siaran Khusus dilarang memperluas wilayah jangkauan siarannya melebihi ketentuan sebagaimana tercantum dalam izin penyelenggaraan penyiaran yang dimilikinya.
- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai wilayah jangkauan siaran diatur dengan Peraturan Pemerintah.
- Bagian Ketiga Belas**
Sarana Teknik Siaran
Pasal 48
- (1) Setiap lembaga penyiaran wajib menggunakan sarana teknik siaran yang sesuai dengan standar sistem dan memenuhi standar kinerja teknik yang ditetapkan oleh Pemerintah.
 - (2) Setiap lembaga penyiaran wajib mengutamakan penggunaan sarana teknik yang telah dibuat di dalam negeri, sejauh telah terbukti sesuai

dengan standar sistem dan memenuhi standar kinerja teknik sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), berdasarkan hasil pengujian lembaga yang berwenang.

- (3) Setiap lembaga penyiaran swasta wajib menyediakan sarana dan prasarana sendiri sehingga mampu melaksanakan siaran secara mandiri sebagaimana layaknya sebuah lembaga penyiaran.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai sarana teknik siaran, standar sistem, dan kinerja teknik, diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 49

- (1) Pemerintah mengatur penggunaan sistem pemancaran radio dan televisi dengan mempertimbangkan perkembangan teknologi.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penggunaan sistem pemancaran radio dan televisi, diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Keempat Belas

Perangkat Khusus Penerima Siaran

Pasal 50

- (1) Perangkat khusus penerima siaran sebagai alat bantu untuk penerimaan siaran dapat dipergunakan oleh masyarakat untuk keperluan komersial dan nonkomersial.
- (2) Penggunaan perangkat khusus penerima siaran untuk tujuan komersial dapat dilakukan oleh badan usaha berbadan hukum Indonesia dengan ketentuan:

a. memiliki izin yang diberikan oleh Pemerintah;

b. memenuhi persyaratan teknis yang ditetapkan oleh Pemerintah.

- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penggunaan perangkat khusus penerima siaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2), diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kelima Belas

Jasa Tambahan Penyiaran

Pasal 51

- (1) Pelaksanaan jasa tambahan penyiaran oleh Lembaga Penyiaran Swasta dapat dilakukan setelah mendapat izin dari Pemerintah.
- (2) Pelaksanaan jasa tambahan penyiaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), wajib menggunakan standar sistem dan memenuhi kinerja teknik yang ditetapkan Pemerintah.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan jasa tambahan penyiaran, standar sistem, dan kinerja teknik diatur dengan Peraturan Pemerintah.

BAB V

TATA KRAMA SIARAN

Bagian Pertama Umum

Pasal 52

- (1) Penyelenggara penyiaran wajib senantiasa berusaha agar pelaksanaan kegiatan penyiaran tidak menimbulkan dampak negatif dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

- (2) Siaran wajib dilaksanakan dengan menggunakan bahasa, tutur kata, dan sopan santun sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia.

Bagian Kedua

Kode Etik Siaran

Pasal 53

- (1) Penyelenggara siaran wajib menghormati dan menjunjung tinggi Kode Etik Siaran yang disusun dan ditetapkan oleh organisasi lembaga siaran dan organisasi profesi siaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29, sebagai panduan dalam pelaksanaan siaran.
- (2) Untuk menjaga terlaksana dan dihormatinya Kode Etik Siaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), organisasi lembaga siaran dan organisasi profesi siaran membentuk Dewan Kehormatan Kode Etik Siaran.

Bagian Ketiga

Wajib Ralat

Pasal 54

- (1) Lembaga siaran wajib meralat isi siaran dan/atau berita apabila diketahui terdapat kekeliruan atau terjadi sanggahan atas isi siaran dan/atau berita.
- (2) Ralat atau pembetulan wajib dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya 1 x 24 (satu kali dua puluh empat) jam berikutnya atau pada kesempatan pertama pada ruang mata acara yang sama, dan dalam bentuk serta cara yang sama dengan penyampaian isi siaran dan/atau berita yang disangah.

- (3) Ralat atau pembetulan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), tidak membebaskan lembaga siaran dari tanggung jawab atau tuntutan hukum yang diajukan oleh pihak yang merasa dirugikan.

- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai ralat atau pembetulan, diatur dengan Keputusan Menteri.

BAB VI

PEMBINAAN DAN PENGENDALIAN

Bagian Pertama Umum

Pasal 55

- (1) Pembinaan dan pengendalian siaran dilakukan sesuai dengan dasar, asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran agar penyelenggaraan siaran, sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini dapat terwujud.
- (2) Pembinaan dan pengendalian siaran dilakukan untuk menjamin:
 - a. kepentingan masyarakat sebagai kontributor, konsumen, dan pemakai siaran terlindungi;
 - b. mutu keseluruhan aspek siaran semakin meningkat;
 - c. iklim usaha dan kebebasan berkreasi penyelenggara siaran serta kebebasan berekspresi masyarakat secara bertanggung jawab semakin berkembang;
 - d. jangkauan siaran semakin merata;

- f. menerbitkan, memperpanjang, menangguhkan dan mencabut izin penyelenggaraan penyiaran;
- g. merencanakan, membina, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang penyiaran;
- h. menetapkan dan mengatur penggunaan teknologi sarana penyiaran, distribusi dan penerima siaran, dan jasa layanan informasi;

Peran Pemerintah Khusus dalam Pembinaan dan Pengendalian

Bagian Kedua

Pasal 56

- (1) Dalam melakukan pembinaan dan pengendalian penyiaran, Pemerintah
 - a. menetapkan kebijakan penyiaran;
 - b. menyusun dan menetapkan peraturan yang terkait dengan penyiaran;

c. merencanakan, menyusun dan menentukan peta lokasi penyiaran;

d. menetapkan klasifikasi dan standar isi siaran;

e. menghimpun, mengalokasikan, memanfaatkan, dan mempertanggungjawabkan dana, baik dari iuran penyiaran, kontribusi, biaya izin penyelenggaraan penyiaran, siaran iklan niaga Radio Republik Indonesia maupun dari sumber usaha lain yang sah, yang dikelola oleh unit kerja tertentu.

- i. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti keluhan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran;
- j. melakukan koordinasi dan kerja sama dengan pihak terkait dalam bidang penyiaran, baik di dalam maupun di luar negeri.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penghimpunan, pengalokasian, pemanfaatan, dan pertanggungjawaban dana sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf e diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Ketiga

Peran Badan Pertimbangan dan Pengendalian Penyiaran Nasional dalam Pembinaan dan Pengendalian

Pasal 57

(1) Dalam mendampingi Pemerintah menyelenggarakan pembinaan dan pengendalian penyiaran, Pemerintah membentuk BP3N yang mempunyai tugas dan fungsi:

- a. memberikan pertimbangan dalam perumusan kebijakan penyiaran;

- (2) BP3N terdiri dari unsur pemerintah, ahli dan tokoh dalam bidang pendidikan, kebudayaan, agama, penyiaran, dan tokoh di bidang lainnya yang dianggap perlu, serta wakil organisasi lembaga penyiaran, organisasi profesi penyiaran, dan organisasi kemasyarakatan yang terkait dengan kegiatan penyiaran.
- (3) Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, BP3N membentuk komisi-komisi.
- (4) Ketua dipilih oleh seluruh anggota di antara anggota BP3N yang tidak menduduki jabatan di pemerintahan.
- (5) Untuk mendampingi Ketua BP3N ditunjuk Direktur Jenderal yang bertanggung jawab di bidang penyiaran sebagai Sekretaris BP3N.
- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan, kedudukan, susunan keanggotaan, sumber dana, serta sarana dan prasarana BP3N, diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Keempat

Penyimpanan Bahan Siaran

Pasal 58

- (1) Lembaga penyiaran wajib menyimpan bahan siaran yang sudah disiarkan, baik berupa rekaman audio, rekaman video, gambar, maupun naskah.
- (2) Bahan siaran yang mengandung nilai sejarah, baik secara nasional maupun internasional, diserahkan kepada lembaga yang bertugas menyimpan arsip sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- b. memberikan pertimbangan dalam penyusunan dan penetapan peraturan yang terkait dengan bidang penyiaran;
- c. memberikan masukan dalam perencanaan, penyusunan, dan penentuan peta lokasi penyiaran;
- d. menyusun klasifikasi dan standar isi siaran sebagai pedoman dalam penyelenggaraan penyiaran, terutama untuk siaran anak dan remaja serta muatan lokal;
- e. memberikan pertimbangan dalam penghimpunan, pengalokasian, pemanfaatan, dan pertanggungjawaban dana, baik dari iuran penyiaran, biaya perizinan dan kontribusi dari lembaga penyiaran maupun dari sumber lain yang sah dalam mendukung pelaksanaan, pengembangan, pembinaan dan pengendalian penyiaran;
- f. memberikan rekomendasi dalam penerbitan, perpanjangan, penangguhan dan pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran;
- g. memberikan masukan dalam perencanaan, pembinaan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang penyiaran;
- h. memberikan pertimbangan dalam penetapan dan pengaturan penggunaan teknologi sarana penyiaran, distribusi dan penerima siaran, serta jasa layanan informasi;
- i. memberikan masukan dalam penampungan, penelitian, dan penindaklanjutan keluhan, sanggahan, kritik, dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran;
- j. memberikan masukan dalam pelaksanaan koordinasi dan kerja sama dengan pihak terkait di bidang penyiaran, baik di dalam maupun di luar negeri.

(3) Bahan siaran yang mempunyai nilai penting bagi dunia penyiaran nasional disimpan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai wajib simpan bahan siaran, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VII

PERAN SERTA DAN KEWAJIBAN MASYARAKAT

Pasal 59

(1) Setiap warga negara Indonesia mempunyai hak yang sama dan kesempatan yang seluas-luasnya untuk berperan serta dalam berkreasi, berkarya, dan berusaha, serta menyampaikan kontrol sosial di bidang penyiaran.

(2) Peran serta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dapat diwujudkan, antara lain dalam bentuk :

- a. mendirikan lembaga penyiaran sesuai dengan ketentuan Undang-undang ini;
- b. memberikan sumbangan pikiran dan gagasan bagi peningkatan dan pengembangan mutu siaran;
- c. mendirikan lembaga pendidikan dan pelatihan kepenyiaran;
- d. melakukan pendidikan dan pelatihan profesi kepenyiaran;

e. mendirikan rumah produksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 60

(1) Setiap pemilik pesawat penerima siaran televisi dan pemilik perangkat khusus penerima siaran wajib membayar iuran penyiaran.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai besar iuran penyiaran, dan sanksi atas pelanggaran ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

PENYERAHAN URUSAN

Pasal 61

(1) Pemerintah dapat menyerahkan sebagian urusan pemerintahan di bidang penyiaran kepada Pemerintah Daerah.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyerahan sebagian urusan, sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dengan Peraturan Pemerintah.

BAB IX PENYIDIKAN

Pasal 62

(1) Selain penyidik pejabat polisi negara Republik Indonesia juga pejabat pegawai negeri sipil tertentu di lingkungan departemen yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi pembinaan penyiaran diberi wewenang khusus sebagai penyidik, sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana,

untuk melakukan penyidikan tindak pidana di bidang penyiaran sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

(2) Penyidik pegawai negeri sipil sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), berwenang:

- a. menerima laporan atau pengaduan dari seseorang tentang adanya tindak pidana di bidang penyiaran;
- b. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang penyiaran;
- c. melakukan pemeriksaan terhadap orang yang diduga melakukan tindak pidana di bidang penyiaran berdasarkan bukti permulaan yang cukup;
- d. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang penyiaran;
- e. memeriksa orang untuk didengar keterangannya sebagai saksi sehubungan dengan pemeriksaan tindak pidana di bidang penyiaran;
- f. melakukan pemeriksaan atas alat-alat atau bahan dan barang lain yang berkenaan dengan tindak pidana di bidang penyiaran;
- g. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti, serta melakukan penyitaan terhadap bahan dan barang hasil tindak pidana yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang penyiaran;
- h. mengambil sidik jari, memotret seseorang, dan meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang penyiaran.

(3) Pelaksanaan lebih lanjut mengenai kewenangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana.

BAB X

SANKSI ADMINISTRATIF DAN KETENTUAN PIDANA

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 63

- (1) Pemerintah mengenakan sanksi administratif atas pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (3); Pasal 12 ayat (1); Pasal 12 ayat (2); Pasal 13 ayat (1); Pasal 13 ayat (2); Pasal 13 ayat (3); Pasal 14; Pasal 16 ayat (3); Pasal 17 ayat (4); Pasal 17 ayat (5); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 11 ayat (3); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 12 ayat (1); Pasal 22 (1), jo. Pasal 12 ayat (2); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 13 ayat (1); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 13 ayat (2); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 13 ayat (3); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 14; Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 17 ayat (4); Pasal 22 ayat (1), jo. Pasal 17 ayat (5); Pasal 22 ayat (2); Pasal 23 ayat (1); Pasal 23 ayat (3); Pasal 24 ayat (1); Pasal 24 ayat (2); Pasal 25; Pasal 27 ayat (3); Pasal 27 ayat (4); Pasal 27 ayat (6); Pasal 30 ayat (3); Pasal 31 ayat (1); Pasal 32 ayat (1); Pasal 32 ayat (2); Pasal 32 ayat (4); Pasal 32 ayat (5); Pasal 33; Pasal 34 ayat (3); Pasal 34 ayat (4); Pasal 34 ayat (5); Pasal 35 ayat (1); Pasal 35 ayat (3); Pasal 38 ayat (2); Pasal 39 ayat (1); Pasal 39 ayat (2); Pasal 40 ayat (2); Pasal 40 ayat (3); Pasal 40 ayat (4); Pasal 42 ayat (1); Pasal 42 ayat (7); Pasal 42 ayat (8); Pasal 43; Pasal 46 ayat (1); Pasal 46 ayat (2); Pasal 47 ayat (5); Pasal 48 ayat (1); Pasal 48 ayat (2); Pasal 50 ayat (2) huruf b; Pasal 51 ayat (1); Pasal 51 ayat (2); Pasal 52 ayat (1); Pasal 52 ayat (2); Pasal 54 ayat

(1); atau Pasal 58 ayat (1) Undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

(2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dapat berupa :

- a. peringatan tertulis;
- b. pembatasan pelayanan administrasi tertentu;
- c. pembatasan kegiatan siaran;
- d. pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu;
- e. pencabutan izin penyelenggara penyiaran.

(3) Dalam penerapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e, Pemerintah memperhatikan pertimbangan BP3N.

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai sanksi administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2), ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua
Ketentuan Pidana

Pasal 64

Dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun atau denda paling banyak Rp700.000.000,00 (tujuh ratus juta rupiah) :

- a. barangsiapa dengan sengaja menyiarkan melalui radio, televisi atau media elektronik lainnya hal-hal yang bersifat menghasut, mempertentangkan, dan/atau bertentangan dengan ajaran agama, atau merendahkan martabat manusia dan budaya bangsa, atau memuat hal-hal yang patut dapat diduga mengganggu persatuan dan kesatuan bangsa, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (9); atau
- b. barangsiapa dengan sengaja menyiarkan rekaman musik dan lagu dengan lirik yang mengungkapkan pornografi dan hal-hal yang bersifat menghasut, mempertentangkan, dan/atau bertentangan dengan ajaran agama, atau merendahkan martabat manusia dan budaya bangsa atau memuat hal-hal yang patut dapat diduga mengganggu persatuan dan kesatuan bangsa sebagaimana dimaksud dalam pasal 37 ayat (2) huruf b.

Pasal 65

Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan hal-hal yang bersifat sadisme, pornografi, dan/atau bersifat perjudian, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (7), dipidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Pasal 66

Barangsiapa dengan sengaja menyelenggarakan penyiaran tanpa izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Pasal 67

Barangsiapa dengan sengaja mendirikan Lembaga Penyiaran Asing di Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1), dipidana dengan pidana *8502 penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).

Pasal 68

(1) Dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah):

- a. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan siaran berlangganan melalui satelit, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf a, jo. Pasal 21;
- b. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan siaran berlangganan melalui kabel, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf c, jo. Pasal 21.

(2) Dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun atau denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) :

- a. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan siaran berlangganan melalui pemancaran terestrial, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf b, jo. Pasal 21;
- b. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan siaran yang khusus untuk disalurkan ke saluran radio atau televisi berlangganan atau ke penyelenggara penyiaran untuk menjadi bagian dari siaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf d, jo. Pasal 21;
- c. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyalurkan siaran melalui satelit dengan 1 (satu) saluran atau lebih, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf f, jo. Pasal 21;

d. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyalurkan siaran dalam lingkungan terbatas, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf g, jo. Pasal 21;

e. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan jasa audiovisual berdasarkan permintaan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf h, jo. Pasal 21;

f. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan jasa layanan informasi multimedia, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf k, jo. Pasal 21.

(3) Dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) :

a. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan jasa audiovisual secara terbatas di lingkungan terbuka, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf e, jo. Pasal 21;

b. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan jasa layanan informasi suara dengan teks, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf i, jo. Pasal 21;

c. barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan jasa layanan informasi gambar dengan teks, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf j, jo. Pasal 21.

(4) Ketentuan mengenai sanksi pidana terhadap barangsiapa dengan sengaja tanpa izin menyelenggarakan siaran khusus, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf l, jo. Pasal 21, ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pasal 69

Barangsiapa dengan sengaja memindahtangankan izin penyelenggaraan penyiaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (5), dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 70

Barangsiapa tanpa izin melakukan kegiatan siaran secara tidak tetap dan/atau kegiatan jurnalistik asing di Indonesia, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (2), dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 71

Barangsiapa tanpa izin melakukan kerja sama pemancaran siaran dengan lembaga penyiaran asing di luar negeri, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 ayat (1), dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 72

Barangsiapa tanpa izin menggunakan perangkat khusus penerima siaran untuk tujuan komersial, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 ayat (2) huruf a, dipidana dengan pidana kurungan paling lama 9 (sembilan) bulan atau denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 73

Barangsiapa menyiarkan iklan niaga, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 ayat (2) huruf a, dipidana dengan pidana kurungan paling

lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 74

Barangsiapa menyiarkan iklan niaga, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 ayat (2) huruf b, huruf c, dan huruf d, dipidana dengan pidana kurungan paling lama 9 (sembilan) bulan atau denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 75

Atas perintah pengadilan, rekaman audio dan rekaman audiovisual sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64 dan Pasal 65 dirampas untuk dimusnahkan, sedangkan perangkat atau peralatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 66, Pasal 67, *8504 Pasal 68, dan Pasal 72 dirampas untuk negara.

Pasal 76

(1) Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 64, Pasal 65, Pasal 66, Pasal 67, dan Pasal 68 adalah kejahatan.

(2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 69, Pasal 70, Pasal 71, Pasal 72, Pasal 73, dan Pasal 74 adalah pelanggaran.

BAB XI

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 77

(1) Dengan berlakunya Undang-undang ini, segala peraturan pelaksanaan di bidang penyiaran yang berlaku serta badan atau lembaga yang telah

ada tetap berlaku atau tetap menjalankan fungsinya sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan Undang-undang ini.

- (2) Lembaga penyiaran yang sudah ada sebelum diundangkannya Undang-undang ini, wajib menyesuaikan diri dengan ketentuan Undang-undang ini dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) tahun sejak diundangkannya Undang-undang ini.
- (3) Dalam waktu selambat-lambatnya 2 (dua) tahun sejak diundangkannya Undang-undang ini, Pemerintah harus sudah mengubah atau menyesuaikan organisasi Lembaga Penyiaran Pemerintah dan lembaga atau unit lain yang berkaitan dengan penyiaran di lingkungan Departemen Penerangan sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

BAB XII

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 78

Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta

pada tanggal 28 Desember 2002,

MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA REPUBLIK INDONESIA,

BAMBANG KESOWO