

Perlindungan konsumen serta tanggung jawab hukum terhadap pelanggaran iklan rokok di Indonesia

Sri Hartila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=88722&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan merupakan suatu strategi yang ampuh bagi para pengusaha (produsen) untuk melakukan penawaran-penawaran barang dan jasa. Demikian juga dengan produk rokok agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut maka promosi produk rokok dilakukan melalui iklan. Di Indonesia industri rokok secara langsung dan tidak langsung telah menggerakkan kegiatan perekonomian yang berasal dari cukai dan pajak reklame. Peranan para pengusaha untuk menarik agar produknya laku dipasaran, dilakukan penawaran-penawaran melalui iklan diberbagai media. Namun, iklan-iklan rokok tersebut banyak melakukan pelanggaran misalnya menampilkan isi dan kemasan rokok, mengajak konsumen untuk mengkonsumsi rokok, serta penayangan berulang-ulang saat prime-time. Iklan rokok yang pernah dilarang pemuatan dan penayangannya di media cetak dan media elektronik kini dapat dilihat lagi pemuatannya. Iklan rokok ini merayu setiap orang untuk merokok sedangkan pengetahuan bahaya dari merokok yang berdampak bagi kesehatan belum merata sampai ke masyarakat. Menyampaikan informasi tentang produk ke dalam sebuah tayangan iklan berdurasi pendek, atau pamflet poster, dan lain lain, yang menjadikan salah satu faktor pemicu iklan terlalu mengumbar janji, tidak kena sasaran ataupun membingungkan. Secara garis besar isi dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) terdiri dari pembahasan dan pengaturan mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, klausula baku dan penyelesaian sengketa konsumen. UUPK memberdayakan Masyarakat umum, dimana UUPK tersebut mengamanatkan bahwa masyarakat adalah penyelenggara perlindungan konsumen sehingga mempunyai wewenang untuk melakukan pengawasan terhadap barang yang beredar di pasar namun tidak berwenang untuk memeriksa proses produksi. Bagi konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha baik secara individual maupun secara kelompok. Prosedur gugatan konsumen dapat diajukan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan umum. Dengan denukian, kehadiran UUPK akan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum bila terjadi penyalahgunaan iklan. Mengenai iklan rokok yang melakukan pelanggaran telah dilakukan tuntutan hukum berupa somasi, legal standing ataupun class action yang diajukan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) terhadap produsen pelaku usaha. Meskipun masih perlu dibuktikan lebih lanjut dengan penelitian dan pengumpulan data secara kuantitatif namun dari hasil penyelesaian kasus-kasus yang ada, penulis melihat bahwa pemberlakuan pasal-pasal UUPK yang terkait dengan periklanan dalam kehidupan sehari-hari mampu memberikan shock therapy bagi pelaku usaha periklanan agar tidak menyalahi aturan-aturan tersebut dan senantiasa berupaya untuk memperhatikan hak hak konsumen.