

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya dan berhubungan dengan rumusan masalah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fungsi dari iklan dalam hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen adalah sebagai berikut :
  - a. Memberikan informasi atas suatu barang dan/atau jasa;
  - b. Secara tidak langsung iklan dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi;
  - c. Memberikan kesan tertentu pada konsumen untuk penentuan suatu barang dan/atau jasa;
  - d. Memberikan kepuasan atas keinginan dalam penentuan barang dan/atau jasa;
  - e. Sebagai alat komunikasi;
2. Terdapat beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengatur mengenai periklanan, namun belum ada satu peraturan perundang-undangan yang mengatur secara tegas dan jelas mengenai periklanan.

Selain itu juga terdapat aturan periklanan, yaitu diatur dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia (TKTCPI). TKTCPI mengatur secara khusus tata cara beriklan di Indonesia, namun TKTCPI bukannya suatu hukum positif, melainkan hanya suatu aturan yang mengikat bagi para anggotanya saja.

3. Pihak-pihak yang terkait dalam periklanan adalah pelaku usaha, pelaku usaha periklanan dan media periklanan. Pelaku usaha dan pelaku usaha periklanan dalam beriklan harus beritikad baik sehingga konsumen tidak dirugikan dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Terhadap informasi iklan yang menyesatkan, antara lain iklan yang tidak jujur, iklan yang tidak bertanggung jawab, iklan yang menjanjikan tidak benar dan iklan yang bertentangan dengan hukum yang berlaku, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab. Hal ini merupakan salah satu hak dari konsumen, yaitu untuk memperoleh informasi iklan yang benar, jelas, jujur dan tidak menyesatkan.

Konsumen yang dirugikan dapat meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha berupa kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian berupa apapun sehubungan dengan pemakaian dan pemanfaatan produk yang diiklankan pelaku usaha.

Dalam hal terjadi sengketa, konsumen dapat menempuh berbagai cara, baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan.

Penyelesaian sengketa melalui cara pengadilan, salah satunya dapat dilakukan dengan *class action* dengan bantuan YLKI, yaitu gugatan diajukan secara kelas (kelompok), yang anggotanya adalah para konsumen yang dirugikan dan hasil putusannya berlaku bagi seluruh anggota kelas (kelompok) tersebut.

Penyelesaian sengketa melalui cara di luar pengadilan, dapat dilakukan dengan konsolidasi, mediasi, dan arbitrase dengan bantuan BPSK.

## **B. Saran**

Hak-hak konsumen dalam menerima informasi iklan yang benar, jelas, jujur dan tidak menyesatkan tetap harus dilindungi oleh hukum. Dan sampai saat ini hal tersebut diatur dalam berbagai peraturan perundangan, belum ada undang-undang yang mengatur secara tegas. Oleh sebab itu, saran penulis adalah perlu disahkan suatu Undang-Undang tentang Periklanan, yang secara tegas mengatur hal-hal antara lain bagaimana tanggung jawab pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha periklanan, tanggung jawab media periklanan, hak-hak konsumen dan bagaimana penyelesaian bilamana terjadi sengketa serta sanksi-sanksi yang tegas.