



UNIVERSITAS INDONESIA

**Peranan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) dan
Pemerintah Indonesia Terhadap Penegakkan Hukum Atas Iklan
yang Mengandung Informasi Menyesatkan**

TESIS

**Reski Damayanti
0806425840**

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
JAKARTA
JUNI 2010**



UNIVERSITAS INDONESIA

**Peranan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) dan
Pemerintah Indonesia Terhadap Penegakkan Hukum Atas Iklan
yang Mengandung Informasi Menyesatkan**

TESIS

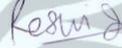
**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister
Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia**

**Reski Damayanti
0806425840**

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
KEKHUSUSAN ILMU EKONOMI
JAKARTA
JUNI 2010**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Reski Damayanti
NPM : 0806425840
Tanda Tangan : 
Tanggal : 18 Juni 2010

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Reski Damayanti

NPM : 0806425840

Program Studi : Hukum Ekonomi

Judul Tesis : Peranan PPPI dan Pemerintah Indonesia Terhadap Penegakkan Hukum
Atas Iklan yang Mengandung Informasi Menyesatkan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof Dr. Rosa Agustina S.H., M.H. (.....)

Penguji : Dr. Inosentius Samsul S.H., M.H. (.....)

Penguji : Henny Marlyna S.H., M.H., MLI (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Juni 2010

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reski Damayanti
NPM : 0806425840
Program Studi : Ilmu Hukum.
Fakultas : Hukum
Jenis karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Peranan PPPI dan Pemerintah Indonesia Terhadap Penegakkan Hukum Atas Iklan yang Mengandung Informasi Menyesatkan.

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Juni 2010

Yang menyatakan



(Reski Damayanti)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmatnya saya dapat menyelesaikan tesis ini yang merupakan syarat untuk menyelesaikan gelar magister hukum pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. mama dan keluarga saya tercinta yang telah memberikan dukungan moral dan semangat.
2. Prof. Dr. Rosa Agustina, S.H., M.H., selaku pembimbing saya, yang telah banyak menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini
3. seluruh rekan-rekan saya di kelas A Program Magister Hukum angkatan tahun 2008, khususnya kepada Fandy Simbolon, Gorga Sitorus, Dauri Lukman, Novi Nurviani dan bapak Komandan Lukmantlyas atas seluruh bantuan dan dukungannya dalam menempuh perkuliahan dan mencari bahan untuk keperluan tesis saya ini.
4. seluruh rekan kerja saya di PT.COMBIPHAR khususnya Livia Hambali, Nurtiasti dan Melyana Widjaja atas dukungan morilnya selama ini.
5. teman-teman dan sahabat yang banyak memberikan semangat, Toni, Santi, Levi, Sania serta teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 16 Juni 2010

Reski Damayanti

ABSTRAK

Nama : Reski Damayanti
Program Studi : Hukum Ekonomi
Judul : Peranan PPPI dan Pemerintah Indonesia Terhadap Penegakkan Hukum Atas Iklan yang Mengandung Informasi Menyesatkan

Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran guna menyampaikan informasi kepada konsumen. Namun sayangnya informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha belum tentu sepenuhnya benar. Akibat yang timbul dari iklan yang menyesatkan tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga pelaku usaha lainnya. Penelitian ini melihat peranan Pemerintah dan PPPI terkait permasalahan iklan yang menyesatkan. Metode penelitian yang dipergunakan bersifat yuridis normatif dengan menitikberatkan penelitian terhadap data sekunder. Dari hasil penelitian diharapkan Pemerintah dapat lebih berperan dalam menerapkan ketentuan hukum dalam bidang periklanan.

Kata kunci:
Peranan Pemerintah, PPPI, Iklan yang menyesatkan.

ABSTRACT

Name : Reski Damayanti
Study Program : Economic Law
Title : The Roles of PPPI and Indonesian Government In Law Enforcement Towards Commercials Containing Misleading Information

Advertisement is one of the marketing strategies with the aim to deliver the information to consumers. Unfortunately not all the information is true. The impact of misleading advertisement is not only causing loss to consumers but also to other business entity. This research will focus on government and PPPI's roles in relation to misleading advertisement. This research is based on juridical-normative research, emphasizing on secondary data. From this research it is expected that the Government can have more role in implementing the regulation on advertisement.

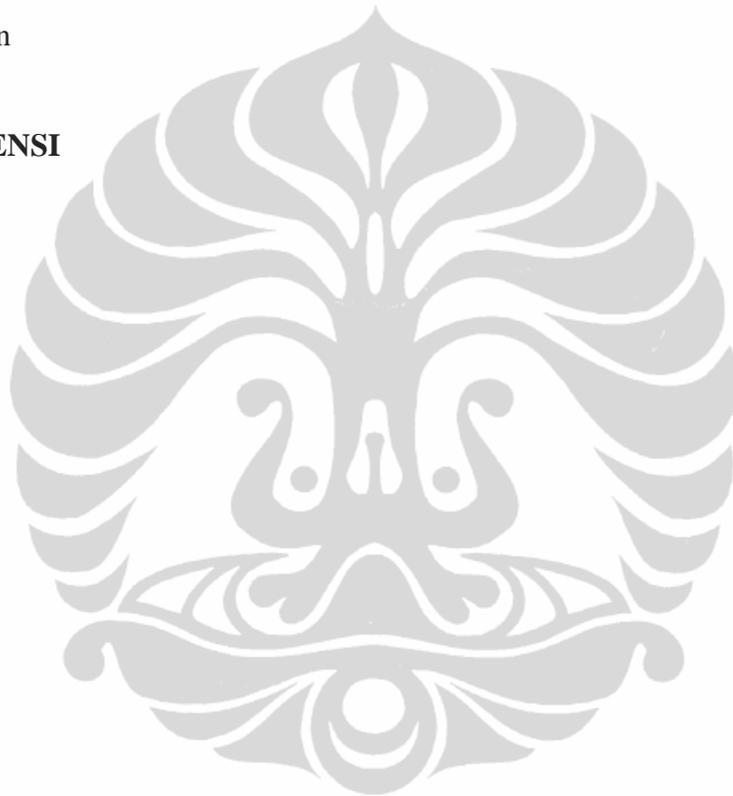
Key word:
The role of Government, PPPI, Misleading Advertisement.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK (INGGRIS)	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kerangka Konseptual dan Teori	14
1.5. Metode Penelitian	18
1.6. Sistematika Penulisan	19
2. IKLAN DAN PARA PIHAK DALAM INDUSTRI PERIKLANAN	21
2.1. Tinjauan Tentang Iklan	21
2.1.1 Definisi Iklan	21
2.1.2 Fungsi Iklan	23
2.1.3 Jenis Iklan	24
2.1.4 Media Iklan	27
2.1.5 Para Pihak Dalam Industri Periklanan	33
2.1.6 Pengawasan di Bidang Periklanan	38
2.2. Peraturan di Bidang Periklanan	39
2.2.1 Pengaturan Periklanan Berdasarkan Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.	41
2.2.2 Pengaturan Periklanan Berdasarkan Undang-Undang RI No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers.	46
2.2.3 Pengaturan Periklanan Berdasarkan Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan jo Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan jo Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 386/Men.Kes/Sk/Iv/1994 Tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, Makanan-Minuman	47
2.3 Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dan Biro Iklan	49
2.4. Etika Pariwara Indonesia sebagai Self Regulation	52
2.4.1 Etika Pariwara Indonesia	52
2.4.2. Self Regulation	53

2.4.3 Ruang Lingkup dan Keberlakuan EPI	54
2.4.4 Penegakan EPI	55
3. PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BIDANG PERIKLANAN	57
3.1 Perspektif Perlindungan Konsumen Pada UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	57
3.1.1 Batasan	57
3.1.2 Konsumen	60
3.1.2.1.Hak Konsumen	60
3.1.2.2.Kewajiban Konsumen	63
3.1.3.Pelaku Usaha	63
3.1.3.1.Hak Pelaku Usaha	63
3.1.3.2.Kewajiban Pelaku Usaha	65
3.1.4.Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Dalam Perlindungan Konsumen	66
3.1.4.1 Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan	66
3.1.4.2 Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi	67
3.1.4.3 Prinsip Tanggung Jawab Mutlak	68
3.2 Iklan dan Perlindungan Konsumen	71
3.2.1 Bentuk-Bentuk Iklan Yang Menyesatkan	72
3.2.1.1 Pernyataan Yang Salah	73
3.2.1.2 Pernyataan Yang Menyesatkan	73
3.2.1.3 Iklan Yang Berlebihan	77
3.2.2.Norma etika dan norma hukum Sebagai Acuan Larangan Pembuatan Iklan Yang Menyesatkan	79
3.2.2.1 Norma Etika	79
3.2.2.2 Norma Hukum	83
3.3 Contoh Kasus dan Permasalahan Berkaitan Iklan Menyesatkan	91
3.3.1 Iklan Telekomunikasi	91
3.3.2.Iklan <i>Superlative</i>	93
3.3.3.Iklan Merendahkan Produk Pesaing	94
4. PERANAN PEMERINTAH DAN PPPI TERHADAP PENGAWASAN DAN PENEGAKKAN HUKUM ATAS IKLAN YANG MENGANDUNG INFORMASI MENYESATKAN	96
4.1.Peranan Pemerintah Terhadap Pengawasan dan Penegakkan Hukum Atas Iklan Yang Mengandung Informasi Menyesatkan	96
4.1.1 Peran Pemerintah Sebagai Pembuat Peraturan	96
4.1.2 Peran Pemerintah Sebagai Pengawas dan Penegak Hukum	98
4.1.2.1 Berdasarkan Peraturan Perlindungan Konsumen	98
4.1.2.2.Berdasarkan Peraturan Penyiaran	102
4.1.2.3.Berdasarkan Peraturan Obat dan Makanan	105
4.2.Peranan PPPI Terhadap Pengawasan dan Perlindungan Hukum Atas Pembuatan Iklan Menyesatkan	106
4.3 Upaya Penyelesaian Sengketa Yang Ditempuh Oleh Konsumen dan Pelaku Usaha Yang Dirugikan	112
4.3.1 Upaya Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan	112

4.3.2.Upaya Penyelesaian Sengketa di Pengadilan atas Pelanggaran Hukum Terhadap Iklan Menyesatkan.	116
4.3.2.1 Wanprestasi	117
4.3.2.2 Perbuatan Melanggar Hukum	118
4.3.3.Analisa Kasus Terhadap Penyelesaian Sengketa Iklan Yang Mengandung Informasi Menyesatkan	121
4.3.3.1 Kasus Nestle vs. Andec	122
4.3.2.2 Kasus Iklan Perumahan	127
4.3.3.3 Kasus Dua Perusahaan Kosmetika	128
5. PENUTUP	131
5.1.Kesimpulan	131
5.2.Saran	134
DAFTAR REFERENSI	135
LAMPIRAN	141



DAFTAR TABEL

1. Perbedaan Siaran Iklan Niaga Dan Siaran Iklan Layanan Masyarakat 42-43



DAFTAR LAMPIRAN

1. ETIKA PARIWARA INDONESIA

