

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

5.1.1 Pemerintah mempunyai peranan yang penting dalam upaya perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan-iklan yang mengandung informasi yang menyesatkan. Iklan yang mengandung informasi yang menyesatkan tentunya sangat merugikan konsumen, sehingga peranan pemerintah tentunya sangat diperlukan dalam melindungi kepentingan konsumen. Hal ini mengingat bahwa konsumen sebagai bagian dari rakyat Indonesia yang perlu dilindungi. Peranan pemerintah tersebut pada dasarnya dapat diklasifikasikan dalam 2 bentuk, yaitu peranan pemerintah sebagai pembuat peraturan (regulator) dan peran pemerintah sebagai pengawas dan penegak hukum.

Pemerintah berperan dalam perlindungan hukum terhadap konsumen atas iklan yang mengandung informasi menyesatkan dengan membuat peraturan perundang-undangan yang menjadi landasan dan acuan dalam pembuatan iklan. Adapun Pemerintah dituntut untuk dapat menghasilkan peraturan maupun kebijakan yang mampu menciptakan kondisi yang positif bagi dunia usaha dan masyarakatnya. Peraturan yang baik mampu mengayomi semua kepentingan dan harus dapat bersinergi sehingga tercipta suatu keseimbangan dan keharmonisan. Beberapa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang periklanan adalah UU Penyiaran, UU Perlindungan Konsumen, UU Pers, UU Pangan dan sebagainya. Akan tetapi, peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh pemerintah tersebut mempunyai kelemahan dalam perlindungan dan penegakkan hukum dalam bidang periklanan. Peraturan perundang-undangan di bidang periklanan tidak diatur secara khusus dan menyeluruh dalam satu peraturan perundang-undangan, melainkan ketentuan tentang periklanan diatur secara terpisah dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Hal ini menjadi hambatan dalam proses perlindungan dan penegakkan hukum di bidang periklanan, karena beberapa payung hukum di bidang periklanan tersebut

menimbulkan kompleksitas tersendiri dan tumpang tindih dalam penegakannya diantara otoritas terkait.

Peran pemerintah tidak hanya sebagai lembaga legislatif saja. Akan tetapi, pemerintah berperan dalam pengawasan dan penegakkan hukum di bidang periklanan. Pengawasan dan penegakkan hukum di bidang periklanan dilakukan oleh pemerintah melalui lembaga-lembaga pemerintahan, seperti badan independen bentukan Pemerintah yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Menteri Perdagangan, dan BPOM. Adanya pengaturan perundang-undangan di bidang periklanan yang tumpang tindih tersebut menyebabkan ruang lingkup dan wewenang pengawasan dan penegakkan hukum oleh lembaga pemerintahan tersebut menjadi terbatas dan tidak efisien. Hal ini tentunya fungsi pengawasan dan penegakkan hukum oleh pemerintah menjadi terbatas. Langkah yang ditempuh oleh lembaga pemerintah untuk memaksimalkan peran pengawasan dan penegakkan hukum dengan melakukan koordinasi sesuai fungsi dan wewenang dari masing-masing lembaga pemerintahan, sehingga peran pengawasan dan penegakkan hukum tersebut dapat dilakukan secara kompherensif.

5.1.2 PPPI sebagai lembaga non pemerintahan telah berperan dalam melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap perusahaan periklanan terkait dengan masalah iklan yang menyesatkan. Peran penting PPPI khususnya dalam merumuskan Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang sudah menjadi acuan dalam standar etika pembuatan iklan. Adapun fungsi pengawasan dan penegakkan hukum di bidang periklanan oleh PPPI dilakukan oleh Badan Pengawas Periklanan dan Dewan Periklanan Indonesia. Badan Pengawas Periklanan berfungsi melakukan pengawasan terhadap iklan-iklan yang melanggar ketentuan EPI, termasuk iklan yang mengandung informasi yang menyesatkan. Akan tetapi, kewenangan Badan Pengawas Periklanan hanya sebatas melakukan pengawasan terhadap peredaran iklan yang tidak sesuai dengan EPI. Adapun kewenangan untuk pemberian sanksi tersebut terletak pada DPI. Peranan utama dari DPI adalah melakukan penegakkan EPI dan melakukan penyelesaian sengketa berkaitan dengan pelanggaran EPI. Selain itu, DPI berfungsi sebagai lembaga

konsultasi dan fasilitator dalam penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan pelanggaran EPI.

Pengawasan dan penegakkan hukum yang dilakukan oleh PPPI tidak dapat dilakukan secara sendirian. Karena penerapan EPI ataupun sanksi yang ada tidak dapat dipaksakan. Kewenangan dan ruang lingkup pengawasan dan penegakkan hukum yang dilakukan oleh PPPI sangat terbatas, hal ini disebabkan karena PPPI tidak dapat memberikan sanksi yang bersifat memaksa. Akibatnya dalam prakteknya sanksi atas pelanggaran dari EPI tersebut adalah sebatas teguran sampai dengan dikeluarkannya dari keanggotaan dari PPPI. Karenanya guna memaksimalkan pengawasan dan penegakkan hukum di bidang periklanan PPPI perlu melakukan kerjasama dan koordinasi dengan lembaga pemerintah yang berfungsi sebagai pengawas periklanan tersebut. Sehingga, pengawasan dan penegakkan hukum di bidang periklanan diharapkan dapat tercapai.

5.1.3. Upaya hukum yang dapat ditempuh untuk mendapatkan pertanggungjawaban oleh konsumen dan pelaku usaha yang merasa dirugikan atas iklan yang menyesatkan tersebut adalah penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan penyelesaian sengketa di pengadilan. Konsumen dapat menempuh upaya hukum sebagaimana disediakan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Sedangkan bagi pelaku usaha yang dirugikan selain dapat melakukan gugatan perbuatan melawan hukum melalui pengadilan, juga dapat melakukan penyelesaian sengketa melalui lembaga-lembaga diluar pengadilan seperti Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI), Dewan Periklanan Indonesia (DPI), Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), dan sebagainya. Penyelesaian sengketa yang diselesaikan dengan fasilitator DPI ataupun KPI pada hakekatnya bersifat konsiliasi dan mediasi dan tidak berkekuatan hukum. DPI berperan sebagai fasilitator terhadap sengketa yang melanggar EPI. Sedangkan KPI berperan sebagai fasilitator untuk sengketa yang berkaitan dengan siaran iklan menyesatkan yang melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Siaran Program.

Untuk pengajuan gugatan melalui pengadilan atas penerbitan iklan yang menyesatkan, para pihak yang dirugikan dapat mendasarkan gugatannya berdasarkan perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365

KUHPerdata. Gugatan perbuatan melawan hukum yang diajukan oleh konsumen dan/atau pelaku usaha harus memenuhi 4 (empat), yaitu perbuatan melawan hukum, kerugian, hubungan sebab akibat dan kesalahan. Selain itu konsumen juga dapat mengajukan gugatan atas dasar wanprestasi terhadap janji pelaku usaha dalam iklan, karena iklan dapat dinyatakan sebagai janji/kesepakatan dari pelaku usaha atas barang atau jasa yang diperdagangkan.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian diatas penulis mengusulkan saran-saran sebagai berikut.

5.2.1 Sebaiknya pemerintah atau pembentuk undang-undang membuat ketentuan khusus mengenai periklanan dengan tetap mengacu kepada Etika Pariwara Indonesia, agar ketentuan tentang iklan tidak diatur secara terpisah-pisah.

5.2.2 Selain dari pengaturan yang terpadu sebagaimana saran pada angka 5.2.1 diatas, sebaiknya pemerintah juga membentuk suatu badan independen yang khusus mengatur masalah periklanan dan memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan dan penegakan hukum terkait permasalahan iklan. Badan ini serupa dengan ASA di Inggris ataupun FTC di Amerika Serikat. Tujuannya agar pengaturan mengenai masalah periklanan menjadi satu kesatuan dan dapat permasalahan terkait dengan iklan menyesatkan dapat diselesaikan secara efektif dan efisien.

5.2.3 Terkait usulan pada angka 5.2.1 dan 5.2.2 diatas dan rekomendasi terkait budaya hukum, penulis menyarankan agar dilakukan sosialisasi hukum sejak awal dengan mengikutsertakan pihak-pihak terkait seperti masyarakat periklanan, pelaku usaha dan konsumen.