

SANKSI HUKUM ATAS PELANGGARAN DALAM PEMBUATAN SIARAN IKLAN NIAGA MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN¹

Oleh : Bernadi Valenbrill Kandyoh²

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana terjadinya pelanggaran-pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan bagaimana sanksi hukum atas pelanggaran dalam pembuatan siaran iklan niaga menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, disimpulkan: 1. Pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga terdiri dari pelanggaran hukum administratif dan pelanggaran hukum pidana. Pelanggaran hukum administratif, seperti siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak tidak mengikuti standar siaran untuk anak-anak. Lembaga Penyiaran tidak menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat. Tidak dilaksanakannya pembagian waktu untuk siaran iklan niaga siaran iklan layanan masyarakat oleh Lembaga Penyiaran Lembaga swasta dan Lembaga Penyiaran Publik, serta materi siaran iklan tidak menggunakan sumber daya dalam negeri. 2. Tindak pidana dalam kegiatan siaran iklan niaga, seperti melakukan promosi yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama, ideologi, pribadi, atau kelompok. Promosi minuman keras atau zat adiktif; rokok yang memperagakan wujud rokok; hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun. Terjadi pelanggaran atas larangan bahwa waktu siaran lembaga penyiaran dilarang dibeli oleh siapa pun untuk kepentingan apa pun, kecuali untuk siaran iklan.

Kata kunci: Saksi Hukum, Pelanggaran, Pembuatan Siaran Iklan Niaga, Penyiaran

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Meiske Tineke Sondakh, SH, MH; Butje Tampi, SH, MH

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 14071101174

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Periklanan sebagai salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan memegang peranan penting di dalam pembangunan yang dilaksanakan bangsa Indonesia. Sebagai sarana penerangan dan pemasaran, periklanan merupakan bagian dari kehidupan media komunikasi yang vital bagi pengembangan dunia usaha, serta harus berfungsi menunjang pembangunan.³

Menurut Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, I. Umum, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah melahirkan masyarakat informasi yang makin besar tuntutanannya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat dan telah menjadi komoditas penting dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Di dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, dikatakan bahwa periklanan merupakan, Salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan, yang memegang peranan penting dalam pembangunan bangsa Indonesia. Sehubungan dengan itu:

- a. Iklan harus jujur, bertanggung jawab, dan atau tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku;
- b. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat, agama, tata susila, adat, budaya, suku, dan golongan;
- c. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.⁴

Terjadinya pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga tentunya dapat diproses secara hukum sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku, sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Apabila para pelaku terbukti bersalah melakukan pelanggaran hukum atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, maka dapat dikenakan sanksi administrasi maupun sanksi pidana.

³Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008, hal. 172 (Lihat Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, angka 2)

⁴*Ibid*, hal. 42.

Pemberlakuan sanksi hukum dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, dimaksudkan untuk memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran hukum agar tidak lagi melakukan perbuatan yang sama dan bagi pihak lain dapat dicegah untuk tidak melakukan pelanggaran hukum dalam pembuatan iklan siaran niaga. Apabila terjadi pelanggaran hukum dalam kegiatan penyiaran iklan niaga, maka sanksi hukum yang dapat diberlakukan yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah terjadinya pelanggaran-pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran ?
2. Bagaimanakah sanksi hukum atas pelanggaran dalam pembuatan siaran iklan niaga menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran ?

E. METODE PENELITIAN

Metode penelitian hukum normatif, merupakan metode yang digunakan dalam menyusun penulisan ini dan bahan-bahan yang yang digunakan diperoleh dari hasil penelitian kepustakaan. Bahan-bahan hukum yang dikumpulkan yaitu: Bahan-bahan hukum primer, berupa peraturan perundang-undangan tentang penyiaran iklan niaga. Bahan-bahan hukum sekunder, terdiri dari: literatur-literatur dan karya-karya ilmiah hukum yang sesuai dengan materi yang dibahas dalam penulisan ini. Bahan-bahan hukum tersier, berupa kamus-kamus hukum dan digunakan untuk menjelaskan pengertian dari istilah-istilah hukum yang digunakan. Analisis kualitatif-normatif digunakan terhadap bahan hukum primer dan sekunder untuk menyusun pembahasan dan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Pelanggaran-Pelanggaran Hukum Dalam Pembuatan Siaran Iklan Niaga

Pelanggaran-pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga, terdiri dari pelanggaran administratif dan perbuatan yang dapat dikategorikan sebagai tindak pidana menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

1. Pelanggaran Hukum Administratif
Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 55 menyatakan pada ayat (1) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (6), ayat (7), ayat (8), ayat (9), dan ayat (11).
Pasal 46 ayat (6) Siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak wajib mengikuti standar siaran untuk anak-anak.
Pasal 46 ayat (7) Lembaga Penyiaran wajib menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat.
Pasal 46 ayat (8) Waktu siaran iklan niaga untuk Lembaga Penyiaran Swasta paling banyak 20% (dua puluh per seratus), sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling banyak 15% (lima belas per seratus) dari seluruh waktu siaran.
Pasal 46 ayat (9) Waktu siaran iklan layanan masyarakat untuk Lembaga Penyiaran Swasta paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari siaran iklan niaga, sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) dari siaran iklannya.
Ayat (11) Materi siaran iklan wajib menggunakan sumber daya dalam negeri.

Secara teknis lembaga penyiaran publik diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggara Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik. Lembaga penyiaran publik meliputi Radio Republik Indonesia dan Televisi Republik Indonesia. Ini pun sudah diatur dalam peraturan pemerintah, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia dan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia.⁵ Hukum adalah produk pemerintah atau penyelenggara negara atau lembaga yang memiliki wewenang untuk itu yang kemudian menjadi hukum positif atau peraturan yang mengikat

⁵Sudirman Tebba, *Hukum Media Massa Nasional*, Pustaka ir-Van, Ciputat, Tangerang, Banten. Cetakan I. 2007, hal. 98.

kehidupan masyarakat dalam aktivitas sosial, ekonomi, politik dan budaya. Hukum mengendalikan dan bersifat mencegah terjadinya tindakan kriminal atau mengatur hubungan antarindividu sehingga dengan adanya hukum itu, gejala sosial dan mobilitasnya dapat dikendalikan.⁶

Hukum adalah menetapkan sesuatu yang lain, yaitu menetapkan sesuatu yang boleh dikerjakan, harus dikerjakan dan terlarang dikerjakan. Hukum merupakan ketentuan suatu perbuatan yang terlarang berikut berbagai akibat/sanksi hukum di dalamnya. Hukum adalah peraturan mengenai tingkah laku manusia dalam pergaulan masyarakat. Peraturan itu diadakan oleh badan-badan resmi yang berwajib, bersifat memaksa yang terdapat sanksi bagi pelanggar hukum itu. Hukum adalah peraturan dan ketentuan yang mengandung perintah, larangan dan kebolehan yang harus ditaati oleh setiap orang.⁷

Pelanggaran-pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga terdiri dari pelanggaran hukum administratif dan pelanggaran hukum yang memenuhi unsur-unsur tidak pidana. Pelanggaran hukum administratif, seperti siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak tidak mengikuti standar siaran untuk anak-anak. Lembaga Penyiaran tidak menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat. Tidak dilaksanakannya pengaturan waktu untuk siaran iklan niaga siaran iklan layanan masyarakat oleh Lembaga Penyiaran Lembaga swasta dan Lembaga Penyiaran Publik, serta materi siaran iklan tidak menggunakan sumber daya dalam negeri.

2. Tindak Pidana Dalam Pembuatan Siaran Iklan Niaga

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 46 ayat (3): Siaran iklan niaga dilarang melakukan:

- a. promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;
- b. promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;
- c. promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
- d. hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau
- e. eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.

B. Sanksi Hukum Atas Pelanggaran Dalam Pembuatan Siaran Iklan Niaga Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

Sanksi hukum yang diberlakukan terhadap pelaku pelanggaran hukum dalam pembuatan iklan siaran niaga menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yaitu: sanksi administratif dan sanksi pidana.

Sarana penegakan hukum itu, di samping pengawasan adalah sanksi. Sanksi merupakan bagian penting dalam setiap peraturan perundang-undangan, bahkan J.B.J.M. Ten Berge menyebutkan bahwa sanksi merupakan inti dari penegakan hukum administrasi. Sanksi biasanya diletakkan pada bagian akhir setiap peraturan. *In cauda venenum* (secara bahasa berarti di ujung terdapat racun), artinya di ujung kaidah hukum terdapat sanksi. Sanksi diperlukan untuk menjamin penegakan hukum administrasi. Menurut Philipus M. Hadjon, pada umumnya tidak ada gunanya memasukkan kewajiban-kewajiban dan larangan-larangan bagi para warga di dalam peraturan perundang-undangan tata usaha negara, ketika aturan-aturan tingkah laku itu tidak dapat di paksakan oleh tata usaha negara. Salah satu instrumen untuk memaksakan tingkah laku para warga ini adalah dengan sanksi. Oleh karena itu sanksi sering merupakan bagian yang melekat pada norma hukum tertentu.⁸

Sanksi Administrasi diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang

⁶ Wawan Muhwan Hariri, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cet. I. Pustaka Setia, Bandung. 2012, hal. 19.

⁷ *Ibid*, hal. 20.

⁸ Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara*, PT. RajaGrafindo, Edisi I. Cet. 4. Jakarta, 2008, hal. 313.

Penyiaran, Pasal 55 menyatakan pada ayat (1) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (6), ayat (7), ayat (8), ayat (9), dan ayat (11), dikenai sanksi administratif, berupa:

- a. teguran tertulis;
- b. penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu;
- c. pembatasan durasi dan waktu siaran;
- d. denda administratif;
- e. pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu;
- f. tidak diberi perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran;
- g. pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Dalam hukum administrasi negara, penggunaan sanksi administrasi merupakan kewenangan pemerintahan, di mana kewenangan ini berasal dari aturan hukum administrasi tertulis dan tidak tertulis. Pada umumnya, memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk menetapkan norma-norma hukum administrasi tertentu, diiringi pula dengan memberikan kewenangan untuk menegakkan norma-norma itu melalui penerapan sanksi bagi mereka yang melanggar norma-norma hukum administrasi tersebut.⁹

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang dipromosikan dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Berkaitan dengan perilaku periklanan yang dilarang dan tentang tanggung jawabnya itu, satu hal yang perlu dipertanyakan, siapakah pelaku usaha periklanan itu ?. Dari sudut pelaku usaha periklanan menurut Az. Nasution terdapat tiga jenis pelaku usaha, yaitu:

1. Pengiklan, yaitu perusahaan yang memesan iklan untuk mempromosikan, memasarkan dan/atau menawarkan produk yang mereka edarkan;
2. Perusahaan Iklan, adalah perusahaan/biro yang bidang usahanya adalah mendesain atau membuat iklan untuk para pemesannya;
3. Media, media elektronik atau nonelektronik atau bentuk media lain yang menyiarkan atau menayangkan iklan-iklan tersebut.¹⁰

⁹ *Ibid*, hal. 313-314.

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008.

Ketiga jenis pelaku usaha tersebut dalam undang-undang ini termasuk pelaku usaha. Ketiga pelaku usaha di atas dapat dipertanggungjawabkan, tetapi secara tepatnya pelaku usaha manakah yang harus bertanggung jawab sebagaimana dimaksud dalam pasal 20 tersebut. Menurut Az Nasution tergantung bagaimana hakim pengadilan negeri mengambil putusannya. Sekiranya tanda tangan pengiklan (tanda *acc*) terdapat pada konsep iklan itu, maka dialah yang mempertanggungjawabkan.¹¹

Kemudian terdapat tindakan administratif yang dapat dijatuhkan pada pelaku usaha periklanan yang menyiarkan iklan menyesatkan, menipu atau mengakibatkan cedera pada konsumen untuk memasang iklan perbaikannya (*corrective advertisement*) di surat kabar atau televisi. Iklan koreksi seperti ini telah tumbuh dan menjadi hukum di negara-negara lain. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak memuat tindakan administratif tersebut, padahal kegunaannya sangat baik sebagai upaya pencegah "gegabahnya" para pelaku usaha periklanan.¹²

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 58 menyatakan: dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) untuk penyiaran radio dan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) untuk penyiaran televisi, setiap orang yang:

- a. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (1);
- b. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (1);
- c. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 ayat (4);
- d. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (3).

Pasal 46 ayat (3) Siaran iklan niaga dilarang melakukan:

- a. promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;

¹¹ *Ibid*. hal. 74.

¹² *Ibid*.

- b. promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;
- c. promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
- d. hal-hal yang bertentangan dengan kesucilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau
- e. eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.

Antara larangan dan ancaman pidana ada hubungan yang erat, oleh karena di antara kejadian itu ada hubungan yang erat pula dan yang satu tidak dapat dipisahkan dari yang lain. Kejadian tidak dapat dilarang jika yang menimbulkan bukan orang dan orang tidak dapat diancam pidana, jika tidak karena kejadian yang ditimbulkan olehnya dan justru untuk menyatakan hubungan yang erat itu, maka dipakailah perkataan perbuatan, yaitu suatu pengertian abstrak yang menunjuk pada dua keadaan konkret: pertama, adanya kejadian yang tertentu dan kedua adanya orang yang berbuat yang menimbulkan kejadian itu.¹³ Perbuatan pidana semata menunjuk pada perbuatan baik secara aktif maupun secara pasif, sedangkan apakah pelaku ketika melakukan perbuatan pidana patut dicela atau memiliki kesalahan, bukan merupakan wilayah perbuatan pidana, tetapi sudah masuk pada pertanggungjawaban pidana.¹⁴

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 59. Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (10) dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) untuk penyiaran radio dan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) untuk penyiaran televisi.

Pasal 46 ayat (10) Waktu siaran lembaga penyiaran dilarang dibeli oleh siapa pun untuk kepentingan apa pun, kecuali untuk siaran iklan.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, dalam Pasal 7 mengatur kedudukan Komisi Penyiaran Indonesia sebagaimana disebutkan dalam ayat:

1. Komisi penyiaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (4) disebut Komisi Penyiaran Indonesia, disingkat KPI.
2. KPI sebagai lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal mengenai penyiaran.
3. KPI terdiri atas KPI Pusat dibentuk di tingkat pusat dan KPI Daerah dibentuk di tingkat provinsi.
4. Dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, KPI Pusat diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan KPI Daerah diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi.¹⁵

Salah satu wewenang Komisi Penyiaran Indonesia yakni dapat memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran. Apabila terjadi pelanggaran hukum atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan terbukti lembaga penyiaran membuat kegiatan siaran iklan niaga yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, maka sanksi akan dikenakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, dalam Pasal 8 menyatakan pada ayat:

- (1) KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran.
- (2) Dalam menjalankan fungsinya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), KPI mempunyai wewenang:
 - a. menetapkan standar program siaran;
 - b. menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran;
 - c. mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
 - d. memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
 - e. melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.
- (3) KPI mempunyai tugas dan kewajiban:

¹³ Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana*, Edisi Revisi, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2008, hal. 59-60.

¹⁴ Ali Mahrus, *Dasar-Dasar Hukum Pidana*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hal. 97.

¹⁵ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

- a. menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia;
- b. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran;
- c. ikut membangun iklim persaingan yang sehat antarlembaga penyiaran dan industri terkait;
- d. memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang;
- e. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sang-gahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penye-lenggaraan penyiaran; dan
- f. menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Penjelasan Pasal 8 ayat (2) huruf (b) Pedoman perilaku penyiaran tersebut diusulkan oleh asosiasi/ masyarakat penyiaran kepada KPI.

Penjelasan Pasal 8 ayat (2) huruf (c) Yang dimaksud dengan mengawasi pelaksanaan peraturan adalah mengawasi pelaksanaan ketentuan-ketentuan yang dibuat oleh KPI. Huruf (d) Sanksi yang dapat dikenakan terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran.

Komisi Penyiaran Indonesia yang mempunyai wewenang menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran dan mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran dan memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran termasuk melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Menurut Kansil dalam pergaulan masyarakat terdapat aneka macam hubungan di antara anggota masyarakat, yakni hubungan yang ditimbulkan oleh kepentingan-kepentingan anggota masyarakat itu, karena beraneka ragamnya hubungan itu, para anggota masyarakat memerlukan aturan-aturan yang dapat menjamin keseimbangan agar dalam hubungan-hubungan itu tidak terjadi kekacauan di dalam masyarakat.¹⁶ Kansil menambahkan

bahwa peraturan-peraturan hukum yang bersifat mengatur dan memaksa anggota masyarakat untuk patuh dalam menaatinya akan menciptakan keseimbangan dalam setiap hubungan di dalam masyarakat. Setiap pelanggaran atas peraturan yang ada akan dikenakan sanksi atau hukuman sebagai reaksi terhadap perbuatan yang melanggar peraturan.¹⁷

Untuk menjaga agar peraturan-peraturan itu dapat berlangsung terus-menerus dan diterima oleh seluruh anggota masyarakat, aturan hukum yang ada harus sesuai dan tidak boleh bertentangan dengan rasa keadilan masyarakat. Dengan demikian, hukum bertujuan untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam masyarakat dan harus bersendikan pada keadilan yaitu rasa keadilan masyarakat.¹⁸

Pemberlakuan sanksi administrasi dan sanksi pidana perlu diterapkan secara tegas sesuai dengan peraturan perundang-undangan terhadap pihak-pihak yang melakukan pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga guna memberikan efek jera dan untuk pihak-pihak lainnya sebagai suatu peringatan untuk tidak melakukan perbuatan yang sama.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga terdiri dari pelanggaran hukum administratif dan pelanggaran hukum pidana. Pelanggaran hukum administratif, seperti siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak tidak mengikuti standar siaran untuk anak-anak. Lembaga Penyiaran tidak menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat. Tidak dilaksanakannya pembagian waktu untuk siaran iklan niaga siaran iklan layanan masyarakat oleh Lembaga Penyiaran Lembaga swasta dan Lembaga Penyiaran Publik, serta materi siaran iklan tidak menggunakan sumber daya dalam negeri.
2. Tindak pidana dalam kegiatan siaran iklan niaga, seperti melakukan promosi yang menyinggung perasaan dan/atau

¹⁶Arus Akbar Silondae dan Wirawan B. Ilyas, *Pokok-Pokok Hukum Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hal. 3.

¹⁷*Ibid*, hal. 3

¹⁸*Ibid*, hal. 3.

merendahkan martabat agama, ideologi, pribadi, atau kelompok. Promosi minuman keras atau zat adiktif; rokok yang memperagakan wujud rokok; hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun. Terjadi pelanggaran atas larangan bahwa waktu siaran lembaga penyiaran dilarang dibeli oleh siapa pun untuk kepentingan apa pun, kecuali untuk siaran iklan.

B. SARAN

1. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran-pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga diperlukan kerjasama dan koordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah dengan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan masyarakat untuk melakukan pemantauan evaluasi dan pelaporan terhadap penyelenggaraan siaran iklan niaga, khusus program dan/atau isi siaran yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pemberlakuan sanksi administrasi dan sanksi pidana perlu diterapkan secara tegas sesuai dengan peraturan perundang-undangan terhadap pihak-pihak yang melakukan pelanggaran hukum dalam pembuatan siaran iklan niaga guna memberikan efek jera dan untuk pihak-pihak lainnya sebagai suatu peringatan untuk tidak melakukan perbuatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamali Abdoel, *Pengantar Hukum Indonesia*, Edisi Revisi, Edisi 2. Cet. 4. Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2009.
- Hamzah Andi, *Terminologi Hukum Pidana*, (Editor) Tarmizi, Ed. 1. Cet. 1. Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Hariri Muhwan Wawan, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cet. I. Pustaka Setia, Bandung. 2012.
- Judhariksawan, *Hukum Penyiaran*, Cetakan Ke-I. PT. RadjaGrafindo Persada. Jakarta, 2010.
- Kristiyanti Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008.
- Mahrus Ali, *Dasar-Dasar Hukum Pidana*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Marpaung Leden, *Asas-Teori-Praktik Hukum Pidana*, Sinar Grafika. Cetakan Kedua, Jakarta 2005.
- Masriani Tiena Yulies, *Pengantar Hukum Indonesia*, Cetakan Kelima, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Miru Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Muhamad Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung. 2004.
- Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana*, Edisi Revisi, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2008.
- Nitisusastro Mulyadi H., *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, cetakan kesatu. alfabeta, cv. Bandung. 2012.
- Nugroho Adi Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Edisi I. Cetakan ke-I. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008.
- Panjaitan Irwan Petrus & Chairijah, *Pidana Penjara Dalam Perspektif Penegak Hukum Masyarakat dan Narapidana*, CV. Indhili. Co, Jakarta, 2009.
- Putra Bagus Wyasa Ida, *Hukum Bisnis Pariwisata*, Cetakan Pertama. PT. Refika Aditama, Bandung, 2003.
- Rajagukguk Erman dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Penyunting) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung, 2000.
- Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara*, Edisi I. Cet. 4. PT. RadjaGrafindo, Jakarta, 2008.
- Ridwan Juniarso H dan Achmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*, Cetakan I. Nuansa. Bandung. 2010.
- Silondae Akbar Arus dan Wirawan B. Ilyas, *Pokok-Pokok Hukum Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011.
- Simatupang H. Taufik, *Aspek Hukum Periklanan Perspektif Perlindungan Konsumen*,

- Cetakan ke-1. PT. Citra Bakti, Bandung, 2004.
- Soekanto Soerjono dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 1995.
- Sudarsono, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kelima, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2007.
- Sunarso Siswanto, *Penegakan Hukum Psicotropika, Dalam Kajian Sosiologi Hukum*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Syamsuddin Aziz, *Tindak Pidana Khusus*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Tebba Sudirman, *Hukum Media Massa Nasional*, Cetakan I. Pustaka ir-Van, Ciputat, Tangerang, Banten. 2007.
- Widjaja Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.