

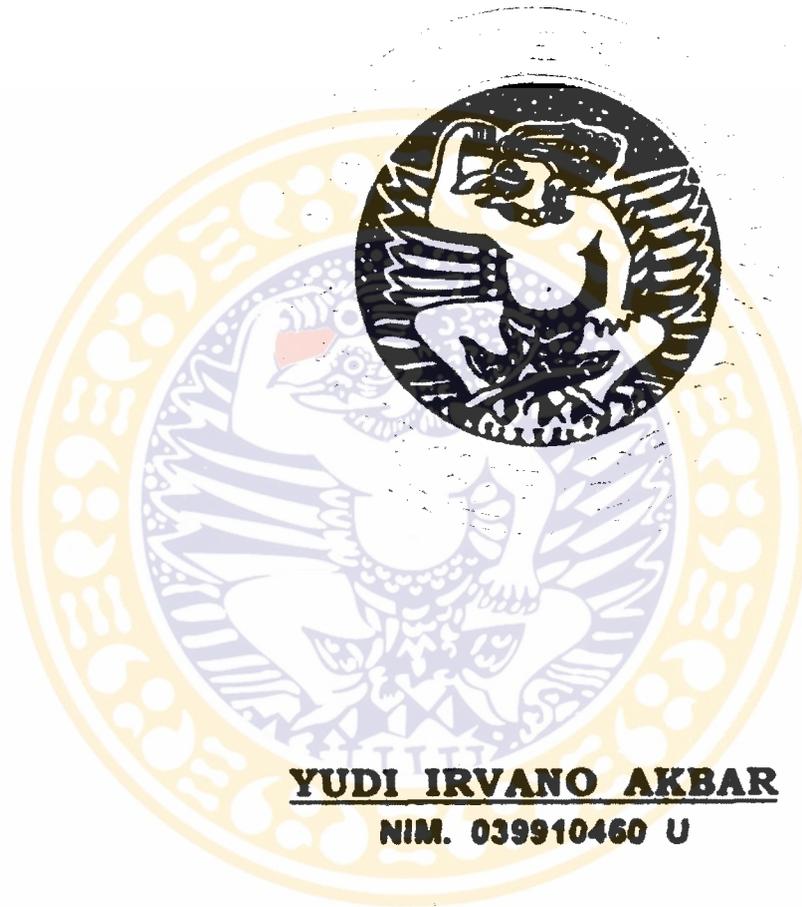
# SKRIPSI

## PENYELESAIAN SENGKETA ATAS PELANGGARAN PENAYANGAN IKLAN DI MEDIA TELEVISI

Per 150/05

Akb

P



**YUDI IRVANO AKBAR**

**NIM. 039910460 U**

**MINAT BIDANG HUKUM BISNIS  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2005**



**PENYELESAIAN SENGKETA ATAS PELANGGARAN  
PENAYANGAN IKLAN DI MEDIA TELEVISI**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN  
MEMENUHI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA HUKUM**



**Dosen Pembimbing,**

**Bambang Sugeng Ariadi S., S.H., M.H**  
NIP. 132049476

**Penyusun,**

**Yudi Irvano Akbar**  
NIM. 03991060 U

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2005**



## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan :

- a. Pada dasarnya beberapa bentuk pelanggaran iklan di media televisi terjadi apabila tidak adanya kejujuran, tanggung jawab dan bertentangan dengan UUFK sehingga menimbulkan kerugian baik secara materil maupun menyebabkan terganggunya kesehatan terhadap konsumen. Pelanggaran ini merupakan salah satu bentuk dari persaingan yang tidak sehat antara pelaku usaha. Adapun bentuk-bentuk pelanggaran tersebut yakni ; iklan yang mengelabui konsumen tentang barang dari kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga serta tarif, ketepatan waktu dan jaminan garansi dari jasa; memuat informasi secara keliru, salah dan tidak tepat tentang barang atau jasa; tidak memuat informasi tentang resiko pemakaian barang atau jasa; mengeksploitasi tanpa izin tentang suatu kejadian atau kegiatan seseorang; melanggar etika periklanan; melanggar peraturan tentang periklanan; serta melanggar etika dan peraturan ( teknis ) periklanan;
- b. Bahwa penyelesaian sengketa atas terjadinya pelanggaran hukum dalam pembuatan iklan di media televisi tersebut dapat ditempuh

melalui jalur di luar pengadilan ( non litigasi ) yang dapat dilalui dengan jalan damai dan/atau melalui BPSK atau dapat dilakukan melalui jalur pengadilan ( litigasi ) oleh konsumen terhadap pelaku usaha periklanan sebagai pihak yang bertanggung gugat atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut, seperti yang tercantum dalam pasal 20 UUPK, dengan berdasarkan pada alasan pelanggaran norma yang terdiri atas *wanprestasie* atau perbuatan melanggar hukum

## 2. Saran :

- a. Masih banyaknya pelanggaran yang terjadi dalam pembuatan periklanan di media televisi ini, dikarenakan masih rendahnya tingkat pendidikan masyarakat konsumen indonesia ini dan masih adanya kesenjangan ekonomi di kalangan masyarakat luas, yang mengakibatkan terabaikannya hak-hak yang seharusnya diperoleh. Oleh karenanya perlunya sosialisasi hukum khususnya terhadap UUPK yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat selaku konsumen guna meningkatkan kesadaran hukum, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen.
- b. Walaupun adanya UUPK yang digunakan sebagai aturan normatif terhadap permasalahan iklan ini, dirasa masih belum sempurna dan belum dapat menjawab seluruh permasalahan periklanan untuk saat ini. Oleh

karenanya diperlukan aturan yang lebih spesifik lagi dalam bentuk undang-undang yang mengatur periklanan.

