

SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MODEL IKLAN ANAK



DEWI RATIH KUMALASARI
030111238 U

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2005**

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MODEL IKLAN ANAK

SKRIPSI

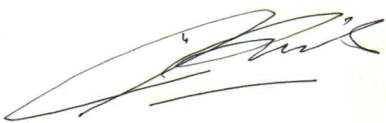
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan
Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**

Dosen Pembimbing



A. Yudha Hernoko, S.H., M.H.
NIP. 131 878 393

Penyusun



Dewi Ratih Kumalasari
NIM. 030 111 238 U

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2005**

**Skripsi ini Telah Diuji Dan Dipertahankan di Hadapan Panitia Penguji
Pada hari Selasa, tanggal 26 Juli 2005**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI :

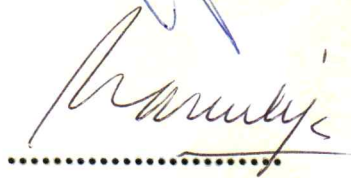
Ketua : Trisadini P. Usanti, S.H., M.H.


.....

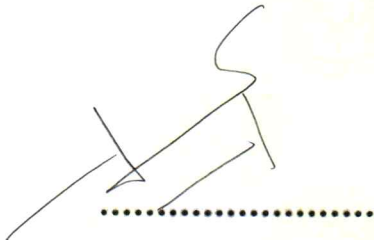
**Anggota :
1. A. Yudha Hernoko, S.H., M.H.**


.....

2. Naniek Endang W, S.H.


.....

3. Lanny Ramli, S.H., M.Hum.


.....

Skripsi ini ku persembahkan untuk

Mama dan Papaku

*Terima kasih telah membesarkan, merawat,
mendidik, mendukung serta memberi cinta dan kasih sayang
setiap hari*

*Dan Terima Kasih telah diperbolehkannya aku memilih
jalanku sendiri*

Percayalah pada diri sendiri, dan
Percayalah bahwa kau dapat berhasil
Dalam segala perkara
Jika kau menempatkan hati dan pikiranmu
Ke dalamnya

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya sebagai pelengkap salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak terdapat kekurangan. Dan merupakan suatu kebanggaan bagi saya apabila ada kritik dan saran-saran yang disampaikan kepada saya, agar penulisan skripsi ini bias menjadi sempurna lagi.

Dalam penulisan skripsi ini saya mendapatkan banyak sekali bantuan dan dorongan semangat agar cepat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Melalui kesempatan ini saya ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak A. Yudha Hernoko, S.H, M.S, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
2. Ibu Trisadini P. Usanti, S.H, M.H. , Ibu Naniek Endang Wrediningsih, S.H. , Ibu Lanny Ramli, S.H. , M.Hum. selaku Tim Penguji yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi.
3. Bapak Dr. Peter Mahmud Marzuki, S.H, M.S, LL.M selaku dosen yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi.

4. Mama dan Papaku tercinta atas doa dan dukungannya, serta kesabarannya dalam merawat, membesarkan dan memdidik aku (you'r the best I ever had)
5. Adik- adik-ku (Bayu dan Nila) atas doa dan dukungannya serta sudah nggak bikin rese' waktu aku nulis skripsi.
6. Budheku atas doa' dan dukungan juga yang sudah nemenin aku ngetik skripsi sampai malam.
7. Buat Mbak Yuning (Manager dari Amanda), Terima kasih atas informasinya dan keterangan yang diberikan.
8. Mbak Nicken, Maz Bobby, Niu-niu, Mbak Poppy and A'a yang sudah nganter aku puter-puter di Jakarta (Mizz you so much).
9. Makasih buanyak buat Atin yang udah ngenalin aku ke mbak yuning and nganter aku ke Pondok Indah Ketemuan ama mbak Yuning.
10. Sahabatku Nyi Iteng and Trilly, terima kasih atas dukungan, doa, dan sudah nunggu in aku sidang... And thanks for being my best fiend, (hitam dan putih kalian sudah mewarnai hidupku).
11. "Maz Pilot", makasih atas doanya, sudah mendampingi waktu skripsi (dari jauh) and makasih juga udah mau dengerin dongeng-dongengku.....
12. Helen, tante sari, and uwee yang sudah minjemin aku buku- bukunya, juga dorongan biar skripsiku cepat kelar.
13. Buat Penghuni base camp kikuk2 (Vonny, Mami, Cik vivi, Nina) makasih atas support dan doanya.

14. Martimbang, Henny, agung , Myrna FKG, mamanya Astril atas support dan doanya
15. Buat Tim Risetku: Dini, Derry (Thank you ya uda nunggu in aku sidang), Ithonk, Nina, Firdaus, Putra, Retno2, Capie, Ega, Renny, OT, Bobby, Topan, Patner TL-ku (Nova) dan Orang-orang Markplus & Co di Jakarta and Surabaya. Thanks atas kerjasama karena kalian juga aku bisa kuliah sambil kerja.
16. Keluarga besar Pepelegi : Ibu Heru, Tacik, Mbak ria, Maz Tessa atas doanya.
17. Thanks to “Someone Out there” yang dulu pernah ngasih support aku buat buru-buru nyelese’in skripsi dan semoga mendapatkan apa yang terbaik disana.
18. Teman-temanku Angkatan 2001 yang lainnya, yang gak disebut namanya makasih.....
19. Serta semua pihak yang turut membantu dan mendukung
Terbesit setitik harapan semoga tulisan ini dapat mempunyai arti dan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 26 Juni 2005

Penulis,

Dewi Ratih Kumalasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSEMBAHAN

MOTTO

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv

BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	1. Latar Belakang dan Rumusan Masalah	1
	2. Penjelasan Judul	6
	3. Alasan Pemilihan Judul	8
	4. Tujuan Penulisan	9
	5. Metode Penelitian	10
	6. Pertanggungjawaban Sistematika	12

BAB II	HUBUNGAN HUKUM MODEL IKLAN ANAK DENGAN PERUSAHAAN PERIKLANAN DAN/ATAU PERUSAHAAN PRODUSEN	14
	1. Pemahaman Tentang Kontrak Kerja	14
	2. Kedudukan Para Pihak	19

3. Klausula Perjanjian Kerja Antara Perusahaan Periklanan dan/atau Perusahaan Produsen Dengan Model Iklan Anak	22
--	----

BAB III	UPAYA HUKUM BAGI MODEL IKLAN ANAK YANG DIRUGIKAN	34
1. Hak Model iklan anak menurut UU No. 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak		37
2. Upaya Penyelesaian Perselisihan		33
3. Pemberian Ganti Rugi		44
BAB IV	PENUTUP	49
1. Kesimpulan		49
2. Saran		50

DAFTAR BACAAN

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Dan Rumusan Masalah

Perkembangan global terasa semakin multi dimensi ketika dihadapkan pada tuntutan dan kebutuhan manusia yang demikian beragam. Kompleksitas ini semakin bertambah manakala dihubungkan dengan pola interaksi bisnis yang terjalin di masyarakat modern. Riu rendah aktifitas tersebut pada akhirnya juga merambah bidang hukum, yang *notabene* diharapkan senantiasa adaptif dan reaktif dalam merespon segala bentuk perubahan dan tantangan perkembangan jaman. Perubahan yang cepat di bidang perdagangan dan ekonomi, sekaligus menuntut perubahan dan pengembangan hukum yang cepat, dinamis dan actual (*responsive law*)¹.

Dunia bisnis mempunyai pola hubungan di antara para pelaku bisnis yang ada senantiasa menginginkan yang cepat dan tentunya berorientasi pada efisiensi waktu dan juga uang. Sehubungan dengan kebutuhan tersebut maka dibutuhkan kerangka yang mampu memuat bingkai yang dapat mewadahi kebutuhan akan hukum yang ada dalam pelaku bisnis tersebut. Kerangka tersebut dituangkan dalam bentuk perjanjian

¹ A. Yudha Hernoko, *Perkembangan Prinsip-Prinsip Hukum Kontrak*, Kumpulan Artikel Hukum Kontrak dan Hukum Jaminan, h.2

atau kontrak. Melalui kontrak tersebut para pelaku bisnis menuangkan maksud dan tujuan interaksi antara mereka.

Hakikat hukum perjanjian pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan hukum pelaku bisnis, dalam arti tidak hanya sekedar mengatur tetapi lebih daripada itu yaitu memberikan keleluasaan dan kebebasan yang sepenuhnya kepada para pelaku bisnis.

Definisi pengiklanan adalah upaya pelaku usaha untuk memperkenalkan produk barang atau jasa supaya produk barang dan jasa itu dibeli oleh konsumen. Iklan tersebut dituangkan melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan lain-lain. Iklan merupakan suatu cara untuk memajukan bisnis mereka dan hubungan yang terjalin diantara model iklan (artis), advertising dengan perusahaan yang terkait melalui kontrak kerja.

Pemuatan iklan pada dasarnya mempunyai tujuan yang sama dengan penawaran yaitu menciptakan dorongan psikis bagi setiap orang untuk selalu membeli oleh karena itu kita mengetahui arti penting dari iklan yang oleh pengusaha kerap kali dijadikan ujung tombak dalam memasarkan ataupun memperkenalkan barang-barang produksinya. Selain berfungsi sebagai penggenjot omzet penjualan, iklan juga berfungsi sebagai pembentuk citra (*image*) dan loyalitas terhadap pembaca atau pemirsa serta memberikan kewaspadaan dan pengetahuan., harus diakui bahwa iklan tidak hanya berperan untuk menggaet dan mempertahankan konsumen, namun juga dapat memberikan keuntungan besar kepada perusahaan jika dilihat secara jangka panjang.

Penampilan iklan yang menariklah yang sering mendapat perhatian dari para calon konsumen. Agar iklan dapat tampil menarik seperti yang di harapkan oleh para pengusaha, maka dalam iklan tersebut diperlukanlah model iklan yang sesuai dengan produk yang akan di iklankan. Para model iklan tersebut mempunyai arti penting yang membuat orang-orang akan selalu ingat akan keberadaan suatu produk tersebut.

Dengan beraneka ragamnya iklan yang ada di televisi, tidak sedikit pula pihak-pihak yang ikut berperan diantaranya produser dengan perusahaan advertising, model iklan dan manajer dari model iklan itu sendiri atau pihak lain yang turut membantunya. Pihak – pihak tersebut diatas harus memposisikan diri sedemikian rupa agar menciptakan hubungan kerja atau bisnis yang sehat dengan kata lain peran mereka adalah sebagai mitra atau partner, sehingga dengan adanya kemitraan dalam berbisnis akan mengarah pada pola hubungan simbiosis mutualisme.²

Hubungan yang terjalin di antara mereka dibentuk dalam kerangka hubungan perjanjian yang saling menguntungkan sesuai dengan esensi tujuan dibuatnya kontrak tersebut Hubungan kontraktual yang terjalin diantara mereka dituang dalam suatu perjanjian dan yang sebelumnya telah dibicarakan diantara kedua belah pihak. Dalam hal ini kontrak kerja yang terjadi haruslah sesuai dan dikondisikan dengan pola hubungan yang dapat memfasilitasi kewajiban dan hak yang terjadi diantaranya.

Perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan periklanan dengan model iklan merupakan perjanjian kerja, bukan perjanjian perburuhan. Menurut pasal 1 angka 14

² A. Yudha Hernoko (selanjutnya A. Yudha Hernoko II), *Pengembangan kontrak win – win di dunia bisnis*, Amrta, Vol 1, No. 1, Januari – april, h-38.

Undang – undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Yang di maksud dengan perjanjian kerja adalah:

Perjanjian antara pekerja/buruh dengan pengusaha atau pemberi kerja yang memuat syarat-syarat kerja, hak dan kewajiban.

Perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan seorang model termasuk dalam perjanjian kerja waktu tertentu. Perjanjian kerja waktu tertentu adalah perjanjian kerja antara pekerja dengan pengusaha, untuk mengadakan hubungan kerja dalam jangka waktu tertentu untuk pekerjaan tertentu.

Di dunia periklanan tentunya tidak hanya model dewasa saja yang dipakai. Dari segala umur di gunakan mulai dari bayi, anak – anak hingga dewasa di gunakan untuk menarik calon konsumen, dan tentunya iklan yang dibuat disesuaikan dengan segmen para calon konsumen. Dan ini bertujuan agar tentunya dapat menarik perhatian calon konsumen.

Dalam menjalankan hubungan kerja tersebut masing-masing pihak yaitu model iklan atau manajernya, perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen membuat kesepakatan yang disebut dengan kontrak kerja. Kontrak kerja merupakan suatu bentuk perjanjian yang menerbitkan suatu perikatan antara dua orang atau lebih yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung kesanggupan yang harus dilaksanakan dan dituangkan dalam bentuk tertulis.³

³ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, 1990, h.1

Salah satu syarat untuk sahnya perjanjian adalah kecakapan untuk membuat perjanjian. Selanjutnya dalam pasal 1329 BW dikatakan, bahwa “Setiap orang adalah cakap” untuk membuat perikatan, jika ia oleh undang – undang tidak dinyatakan tidak cakap.⁴ Bila kita melihat dari ketentuan syarat sah perjanjian, hal ini justru menimbulkan ironi karena model iklan anak tidak dapat melakukan perikatan antara mereka dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen.

Di dalam pembuatan kontrak memuat tentang segala kepentingan yang terjadi diantara mereka dan tentulah bisa memuat keadilan diantara mereka. Pada setiap penafsiran keadilan itu harus selalu diperhatikan dan dalam setiap usaha untuk menemukan hukum yang konkrit keadilan adalah awal dan akhirnya. Klausula kontrak yang dibuat harus dapat diinprestasikan dengan baik dan tidak merugikan salah satu pihak, hal ini tercermin dalam pengaturan Pasal 1342 BW, yang menyatakan bahwa: “Jika kata-kata suatu perjanjian yang jelas, tidaklah diperkenankan menyimpang daripadanya dengan jalan penafsiran”. Sekedar menafsirkan secara gramatikal terhadap ketentuan undang-undang, peraturan, maupun klausul kontrak kiranya patut direnungkan lebih dalam.⁵

⁴ Di dalam K.U.H. Perdata terjemahan Subekti langsung dibetulkan menjadi “kecakapan”. Kita mengenal ada kecakapan bertindak (*handelingsbekwaamheid*) dan kewenangan bertindak (*handelingsbevoegheid*).

⁵ A. Yudha Hernoko (Selanjutnya a. Yudha Hernoko III), *Reinterpretasi dan Reorientasi Hukum Perjanjian*, Yuridika, Vol 17, No.6, Nopember-Desember, Universitas Airlangga, h.543.

Berdasarkan apa yang telah saya uraikan diatas maka pada skripsi ini yang saya ajukan sebagai permasalahan adalah :

- a. Apa bentuk Hubungan hukum antara model iklan anak dengan perusahaan terkait?
- b. Apa bentuk Upaya hukum bagi model iklan anak yang dirugikan?

2. Penjelasan judul

Penulisan skripsi ini mengambil judul “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MODEL IKLAN ANAK”. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan maksud judul tersebut :

Pengertian “Perlindungan Hukum” adalah berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah hal atau perbuatan untuk melindungi atau adanya jaminan kepastian hukum bagi masyarakat⁶

Yang dimaksud dengan Model Iklan adalah seorang yang memainkan peran atau mencerminkan suatu peran dalam iklan, yang hanya bekerja pada saat terjadi perjanjian kerjasama dengan perusahaan periklanan dan /atau perusahaan produsen.

Sesuai dengan Undang- undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan seseorang yang berprofesi sebagai model iklan disebut pekerja. Hal ini disebabkan oleh karena model iklan bekerja berdasarkan perjanjian kerja yang telah mereka setuju dan mereka tanda tangani, sehingga mereka terikat dalam suatu hubungan

⁶ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Puskata, Jakarta, 1990, h.526

kerja dan mendapatkan upah sesuai dengan apa yang tertulis dan mereka setuju dalam perjanjian itu.

Pengertian mengenai “Anak” terdapat perbedaan mengenai definisi “Anak”. Perbedaan tersebut terutama berkisar mengenai batasan usia anak. Berikut ini antara lain pengertian “Anak” berdasarkan Hukum Positif di Indonesia;

1. Pengertian “Anak” menurut Hukum Perdata. Pengertian Hukum Perdata ini dibangun dari berbagai aspek keperdataan yang ada pada anak sebagai seorang Subyek Hukum yang tidak mampu. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Status belum dewasa (batas usia) sebagai subyek hukum.
- b. Hak-hak anak dalam hukum perdata.

Menurut pasal 330 BW adalah mereka yang belum genap berumur 21 tahun dan tidak telah menikah adalah belum dewasa. Secara *a contrario* dapat kita simpulkan bahwa yang dewasa adalah mereka yang:

- a. telah berumur 21 tahun
- b. telah menikah, termasuk mereka yang belum berusia 21 tahun, tetapi telah menikah.
- c. Dan orang-orang dewasa adalah orang-orang yang pada dasarnya cakap untuk bertindak.

Namun demikian, dengan di keluarnya Undang-undang tentang perkawinan No. 1 Tahun 1974, maka ketentuan umur dewasa diubah sehingga menjadi 18 tahun (atau sudah pernah kawin). Dan, sebagai suatu Undang-undang, maka

ketentuan umur dewasa 18 tahun ini berlaku untuk semua warga Negara Indonesia tanpa membedakan golongan penduduknya. Umur dewasa ini juga telah dikuatkan oleh Mahkamah Agung, antara lain dalam putusannya No. 447 K/Sip/1976, tanggal 13 Oktober 1976.⁷

2. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang No. 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak, pengertian “Anak” adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.
3. Menurut Pasal 1 angka 26 Undang-undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, pengertian “Anak” adalah setiap orang yang berumur di bawah 18 (delapan belas) tahun.

Jadi Perlindungan Hukum yang dimaksud adalah Perlindungan Hukum yang di tujukan kepada model iklan anak pada saat model iklan anak itu terikat perjanjian kerjasama dengan perusahaan iklan dan/atau perusahaan produsen.

Dengan demikian, penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memahami tentang hak dan kewajiban model iklan anak terhadap klausula kontrak kerja yang sudah ditandatangani oleh kedua belah pihak.

3. Alasan Pemilihan Judul

Penulis menggunakan judul “ PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MODEL IKLAN ANAK” agar dapat dimengerti oleh semua pihak bahwa terdapat bermacam

⁷ Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung, 2001, h. 65

pengertian dibawah umur yang diatur dalam Pasal 330 BW dengan pengertian dibawah umur dalam pasal 50 Undang-undang No. 1 tahun 1974.

Sedang dalam pembuatan kontrak kerja terdapat syarat sah perjanjian. Dalam Pasal 1320 BW memuat tentang syarat sah perjanjian yaitu:

1. para pihak telah saling menyatakan kehendak mereka untuk menutup perjanjian (*kesepakatan*);
2. para pihak cakap melakukan perbuatan hukum (*handelings bekwaam*);
3. sifat dan luas obyek perjanjian dapat ditentukan (*bepaalbaar*); dan
4. yang ingin dicapai oleh para pihak memang mungkin dan diperbolehkan (*coorzaak, causa*).

Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk meneliti dan mengkaji berbagai masalah yang berhubungan perlindungan hukum serta upaya hukum untuk para model iklan anak terhadap klausula kontrak kerja yang ditandatangani.

4. Tujuan penulisan

Selain sebagai pra syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum terdapat juga tujuan lain, yakni :

- a. Untuk mengetahui apakah model iklan anak dapat melakukan kontrak kerja.
- b. Untuk mengetahui Upaya hukum model iklan anak yang telah dirugikan oleh pihak perusahaan dan/atau perusahaan produsen.

5. Metode Penelitian

Agar penulisan skripsi ini memperoleh hasil yang obyektif, maka dibutuhkan data-data dan informasi-informasi yang actual dan relevan. Sehingga dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode sebagai sarana dan pedoman dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

a. Pendekatan Masalah

Pemahaman dan pengkajian masalah dilakukan dengan metode normatif dengan didukung pendekatan *statue approach* yaitu pendekatan yang ditinjau berdasarkan peraturan perundang-undangan dan pendekatan *conceptual approach* yaitu pendekatan secara konsep yang menjadi landasan pokok masalah.

b. Bahan hukum

Dalam skripsi ini penulis menggunakan dua bahan hukum yang terdiri dari:

1. Bahan hukum primer, yaitu dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Pokok permasalahan yang sedang di bahas yaitu Undang-undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak dan Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
2. Bahan hukum sekunder, yaitu yang berasal dari literature serta doktrin-doktrin yang relevan dengan pokok permasalahan yang sedang dibahas.

c. **Prosedur Pengumpulan dan pengolahan Bahan Hukum**

Hal pertama yang dilakukan adalah melakukan studi kepustakaan dan studi penelitian yang berkaitan dengan materi yang akan dibahas dalam skripsi, yaitu dengan membaca peraturan perundang-undangan, buku-buku, dan literature lain kemudian di seleksi berdasarkan klasifikasi prioritas sehubungan dengan masalah yang ada selanjutnya diolah dan dirumuskan secara sistematis dengan pokok bahasan yang ada.

Prosedur penulisan bahan hukum dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung pada kejadian-kejadian yang berhubungan dengan masalah, yaitu melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terkait secara langsung.

d. **Analisis Bahan Hukum**

Analisa bahan hukum dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif, yaitu menggabungkan antara bahan hukum yang diperoleh dari penelitian teori yang berasal dari literature. Juga dengan menggunakan langkah sistematis atas hukum yang terkumpul kemudian diolah, disusun dan dijelaskan sehingga akhirnya merupakan pembahasan yang terwujud dalam setiap bab.

6. Pertanggungjawaban sistematika

Pada Bab I berisi pendahuluan, karena dengan ditempatkannya pendahuluan pada bagian pertama nantinya sebagai pengantar yang akan memberikan gambaran secara umum sebagai pokok permasalahan sehingga akan memudahkan bagi yang membacanya. Selain itu dalam bab pendahuluan akan memberikan pengertian singkat yang perlu diketahui terlebih dahulu guna memudahkan pemahaman mengenai inti dari permasalahan.

Pembahasan berikutnya pada Bab II adalah mengenai Hubungan hukum antara model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen. Pada sub babnya akan diuraikan tentang pemahaman tentang kontrak kerja. Sub bab yang kedua membahas tentang klausula perjanjian kerja antara model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen.

Pada Bab III diuraikan mengenai Perlindungan hukum yang dilakukan para model iklan anak. Pada sub babnya akan diuraikan tentang Perlindungan hukum model Iklan anak dilihat dari perlindungan anak. Sub Bab yang kedua membahas tentang Penyelesaian perselisihan sengketa dan upaya hukum yang bisa ditempuh bagi pemegang kontrak kerja dalam hal ini adalah para model iklan anak, sehingga kepentingan para model iklan anak dapat terlindungi. Sub bab yang ketiga membahas tentang adanya pelaksanaan ganti rugi atas kerugian yang akan diterima oleh model iklan anak jika perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen melakukan wanprestasi. Oleh sebab itu dalam Bab III dibahas mengenai kepentingan para model

iklan anak jika perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen melakukan wanprestasi.

Dengan selesai disusunnya pembahasan pada Bab II dan Bab III, maka dalam pada Bab IV ini merupakan bab penutup yang merupakan kesimpulan dari semua pembahasan permasalahan yang selesai disusun dan dengan menyertakan saran-saran yang bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran. Kesimpulan tersebut guna meninjau kembali serta menjawab semua permasalahan yang ada sebagai suatu tambahan referensi terhadap hukum kontrak, khususnya dalam hal kontrak kerja yang dilakukan oleh yang dibawah umur sehingga yang diharapkan dapat mewujudkan dan meningkatkan kepastian hukum.

BAB II

HUBUNGAN HUKUM MODEL IKLAN ANAK DENGAN PERUSAHAAN PERIKLANAN DAN/ ATAU PERUSAHAAN PRODUSEN

1. Pemahaman Tentang Kontrak Kerja

Adanya kontrak diharapkan hal-hal yang berkaitan dengan keinginan atas kerjasama kedua belah pihak dapat tertuang di dalam kontrak terutama menyangkut mengenai hak dan kewajiban. Menurut Hardijan Rusli istilah perjanjian sebagai suatu janji atau saling janji yang mana bila janji-janji tersebut itu tidak dilaksanakan maka secara khusus pihak yang dirugikan dapat menuntut pemenuhan janji itu secara paksa atau menuntut ganti rugi⁷

Istilah perjanjian dalam hukum perjanjian merupakan kesepadanan dari istilah *overeenkomst* dalam bahasa Belanda atau *Agreement* dalam bahasa Inggris. Suatu perjanjian juga dinamakan persetujuan, karena kedua belah pihak telah setuju melakukan sesuatu, dengan kata lain bahwa antara perjanjian dan persetujuan itu sama artinya⁸.

Menurut Pasal 1233 BW perjanjian atau persetujuan dan Undang-undang dapat melahirkan perikatan. Perikatan berasal dari bahasa Belanda *Verbintenis* atau *Binding* dalam bahasa Inggris. Ajaran umum tentang perikatan yang bersumber pada persetujuan diatur dalam pasal 1313 BW sampai dengan pasal 1351 BW.

⁷ Hardijan Rusli, *Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1996, h.28

⁸ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1990, h.1

Istilah kontrak lebih tepat jika disepadankan dengan istilah perjanjian, yang membedakannya adalah bahwa ruang lingkup kontrak lebih sempit bila dibandingkan dengan perjanjian, karena didalam kontrak hanya memuat atau tujuannya khusus ke arah bisnis. Kontrak pada umumnya dititik beratkan pada suatu pemikiran akan adanya keuntungan komersial yang akan diperoleh oleh kedua belah pihak yang terkait didalamnya, sedangkan perjanjian dapat juga berarti *social Agreement* yang belum tentu menguntungkan secara komersial⁹.

Selain itu istilah *contract* lazim digunakan oleh digunakan oleh Negara-negara yang menganut *Common Law System* dan istilah perjanjian atau *Agreement* digunakan oleh Negara-negara yang menganut *Civil Law System*. Istilah kontrak sendiri dalam bahasa Indonesia sebenarnya sudah lama ada, dan bukan merupakan istilah yang asing. Misalnya dalam hukum kita sudah lama dikenal istilah “kebebasan Berkontrak” bukan kebebasan “berperjanjian”, “berpenghutangan”, atau “berperikatan”.¹⁰

Dari ketiga istilah yaitu perjanjian, perikatan dan kontrak dapat ditarik kesimpulan bahwa perikatan lahir diantara pihak-pihak yang mengadakan perjanjian secara sah dan kemudian dituangkan dalam bentuk kontrak.

Yang dimaksud dengan hubungan kerja ialah hubungan antara buruh dan majikan, terjadi setelah diadakan perjanjian kerja oleh buruh dan majikan, dimana buruh menyatakan kesanggupannya untuk bekerja pada majikan dengan menerima

⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Kontrak dan Pelaksanaannya*, Hand Out Mata Kuliah Hukum Perjanjian Dagang Internasional, Surabaya, h.1

¹⁰ Munir Fuady, *Op. Cit.*, h.2

upah dan dimana majikan menyatakan kesanggupannya untuk memperkerjakan buruh dngan membayar upah.¹¹.

Dengan adanya hubungan kerja ini maka buruh dan majikan masing-masing mempunyai kewajiban. Namun sebelum terjadi hubungan kerja, pihak buruh dan majikan harus mengadakan perjanjian kerja yang mempunyai syarat mutlak dalam hubungan kerja. Dengan kata lain, hubungan kerja terjadi setelah adanya perjanjian kerja yang secara yuridis menunjukkan bahwa hubungan antara buruh dan majikan berda dalam suatu ikatan, untuk melakukan sesuatu atau tdak melakukan sesuatu¹².

Dalam hukum perjanjian dikenal beberapa azas yang melandasi suatu perjanjian, yaitu:

a. Azas Kebebasan Berkontrak

Azas Kebebasan Berkontrak ini tersimpul dalam Pasal 1338 ayat 1 BW yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Walaupun begitu Undang-undang tetap memberikan batasan didalam Pasal 1337 BW yang menyatakan bahwa perjanjian itu tidak boleh bertentangan dengan Undang-undang, Kesusilaan maupun Ketertiban umum.

b. Azas Konsensualisme

Artinya perjanjian itu terjadi sejak tercapainya kata sepakat antara pihak-pihak. Dengan kata lain perjanjian itu sudah sah dan mempunyai akibat hukum sejak saat tercapainya kata sepakat antara pihak-pihak mengenai

¹¹ R. Indiarsono dan Mj. Saptanno, *Hukum Perburuhan, Perlindungan Hukum bagi Tenaga kerja dalam program jaminan sosial tenaga kerja*, Karunia Surabaya, 1996, H.22

¹² *Ibid.*

pokok-pokok perjanjian. Dari azas ini dapat disimpulkan bahwa perjanjian itu dibuat dapat secara lisan dan dapat pula dibuat secara tertulis, jika dikehendaki sebagai alat bukti. Azas ini terdapat dalam Pasal 1320 jo pasal 1338 BW.

c. Azas Itikad baik

Dalam Pasal 1338 ayat 3 BW dinyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Pelaksanaan perjanjian yang dilandasi dengan itikad baik tidak hanya ditekankan pada kemauan baik dan kejujuran para pihak, tetapi justru akan tampak pada pelaksanaan perjanjian oleh para pihak.

Syarat-syarat sahnya suatu perjanjian telah diatur dalam pasal 1320 BW yakni sebagai berikut:

1. Para pihak telah saling menyatakan kehendak mereka untuk menutup perjanjian (kesepakatan).

Kesepakatan kehendak lahir ketika terjadi persesuaian kehendak antar kedua belah pihak yang membuat perjanjian atau kontrak tersebut.

Dalam hal ini terjadi persesuaian kehendak antara model iklan dengan Perusahaan periklanan dan/ atau Perusahaan produsen. Yang disebut Perusahaan periklanan dan/ atau Perusahaan produsen adalah perusahaan yang terlibat dalam pembuatan iklan yaitu perusahaan periklanan atau perusahaan produsen yang telah mengeluarkan produk yang akan di iklankan yang sebelumnya telah diawali dengan penawaran (*offer*) dari Perusahaan periklanan dan/ atau Perusahaan produsen. Dan diikuti dengan penerimaan penawaran (*acceptance*) dari model iklan sesuai dengan kontrak yang ditawarkan. Yang selanjutnya dituangkan dalam suatu kontrak tertulis.

Ketika suatu kontrak telah di tandatangani harus benar-benar memenuhi syarat-syarat kesepakatan kehendak artinya dalam suatu kontrak harus terhindar dari unsur paksaan (*dwang*), penipuan (*bedrog*) dan kesilapan (*dwaling*). Dan jika ditemui unsur paksaan, penipuan, dan kesilapan maka para pihak yang merasa dirugikan dapat meminta pembatalan kontrak.

2. Para pihak cakap melakukan perbuatan hukum (*handelings bekwaam*)

Kecakapan berbuat dari para pihak dalam kontrak kerja iklan adalah sangat menentukan karena terkait dengan kelangsungan pelaksanaan kontrak itu sendiri. Menurut pasal 1330 BW semua orang cakap (berwenang) membuat kontrak kecuali mereka yang tergolong sebagai berikut:

- Orang yang belum dewasa
- Orang yang ditempatkan dibawah pengampuan
- Wanita bersuami
- Orang yang dilarang oleh undang-undang untuk melakukan perbuatan tertentu.

3. Sifat dan luas obyek perjanjian dapat ditentukan (*bepaalbaar*)

Dalam kontrak kerja iklan harus disebutkan dengan tegas mengenai obyek dalam suatu kontrak tersebut. Dalam hal produksi iklan, obyeknya adalah jangka waktu penayangan dari iklan itu sendiri. Jadi khusus bagi model iklan harus mengetahui dengan jelas ia menjadi ikon dari produk apa, perusahaan periklanan atau produsen produk mana yang telah mengontraknya dan juga untuk jangka waktu berapa lama ia harus bekerjasama atau menjadi ikon produk tersebut.

4. Yang ingin dicapai oleh para pihak memang mungkin dan diperbolehkan (*coorzaak, causa*)

Sebab yang dibolehkan sebenarnya merupakan “apa yang diinginkan oleh para pihak” yang tidak lain daripada isi perjanjian itu sendiri. Sebab yang dibolehkan artinya perjanjian itu harus mengandung isi yang tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Syarat kausa yang legal atau diperbolehkan untuk suatu kontrak adalah sebab mengapa kontrak tersebut dibuat¹³.

2. Kedudukan Para Pihak

Perjanjian kerja yang dilakukan oleh para pihak dan dibuat secara sah akan menimbulkan hubungan hukum, dan bila dipelajari lebih lanjut maka hubungan hukum harus terjadi antara kedua belah pihak. Karena dalam hal ini kedua belah pihak harus memenuhi isi dari pasal 1320 BW, maka timbul perikatan yang timbal balik, maksudnya membebankan kepada masing-masing pihak untuk saling memenuhi apa yang menjadi kewajibannya sebagaimana yang telah diperjanjikan dalam perjanjian kerja.

Dengan demikian perjanjian itu timbul dan mempunyai kekuatan yang mengikat setelah terpenuhinya syarat-syarat sahnya perjanjian sebagaimana pasal 1320 BW. Dari pengertian diatas, pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab atas kewajibannya, maksudnya tidak melaksanakan isi dari perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak maka hukum akan memaksa pihak yang telah

¹³ A. Yudha Hernoko I, *Op. Cit.*, h. 39

melanggar haknya untuk memenuhi kewajibannya tersebut karena berdasarkan pasal 1338 ayat (1) BW dan pasal 1340 BW, suatu perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi pembuatnya dan hanya berlaku bagi pembuatnya (*Pacta Sunt Servanda*).

Dalam perjanjian model iklan anak, perjanjian yang terjadi ada 2 macam perjanjian yaitu:

1. Perjanjian kerja antara pihak model iklan anak dengan manajer (agency).

Perjanjian kerja yang terjadi antara model iklan anak dengan manajer yaitu berfungsi untuk manajer agar dapat mewakili model iklan anak untuk menandatangani perjanjian kerja atau kerjasama dengan perusahaan periklana dan/atau perusahaan produsen. Tetapi karena model iklan anak dianggap belum cakap untuk membuat perjanjian kerja dengan manajer (agency), maka dalam hal ini yang menandatangani perjanjian adalah orang tua dari model iklan anak.

2. Perjanjian kerja antara pihak manajer (agency) dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen.

Perjanjian kerja yang dilakukan oleh manajer dengan pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen, dengan sepengetahuan model iklan anak dan orang tua dari model iklan anak. Yang sebelumnya manajer, model iklan anak dan orang tua model iklan anak telah mendiskusikannya terlebih dahulu apabila model iklan anak akan terikat kontrak kerja dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen produk tertentu. Jadi mekanisme kerja yang terjadi adalah apabila manajer

mendapatkan suatu kontrak kerja untuk model iklan anak dengan sebuah perusahaan periklana dan/atau perusahaan produsen maka pihak manajer (agency) memberitahukan pihak model iklan anak yang dalam hal ini orang tua model iklan anak ikut terlibat.¹⁴

Apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen maka pihak yang dirugikan yaitu model iklan anak dapat menggugat pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen dengan melalui manajernya karena yang menandatangani perjanjian kerjasama.

Berdasarkan Undang-undang No 13 tahun 2003 dalam pasal 1 angka (16), selain hubungan kerja diantara para pelaku usaha yang terdiri dari pengusaha, pekerja dan pemerintah terdapat pula hubungan lain yaitu hubungan industrial yang didasarkan pada nilai-nilai Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Di dalam pasal 27 angka (1) UUD 1945 dapat diketahui bahwa segala Warga Negara termasuk pengusaha dan pekerja mempunyai kedudukan yang sama dihadapan hukum. Artinya masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban yang sama. Selain itu juga berkaitan dengan azas *Equity Before The Law* (kesamaan di hadapan hukum)¹⁵.

Model iklan anak mempunyai kewajiban untuk melakukan pekerjaan yang telah diberikan oleh pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen dan berhak mendapatkan imbalan atas pekerjaan yang telah model iklan

¹⁴ Wawancara dengan Endang Wahyuningsih, artis manager dari model iklan Amanda, 5 Februari 2005

¹⁵ R. Indiarsono dan Mj. Saptanno, *Op. Cit.*, h.29

anak lakukan. Begitu pula sebaliknya pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen berhak mendapatkan hasil dari pekerjaan model iklan anak, tetapi pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen mempunyai kewajiban untuk membayar imbalan model iklan anak tersebut dan kewajiban-kewajiban lain yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undang yang berlaku.

Maka secara Yuridis kedudukan antara pihak model iklan anak beserta dengan manajernya dan pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen adalah sama. Artinya kedua belah pihak mempunyai hak dan kewajiban yang sama dan juga harus dapat dipertanggungjawabkan secara baik menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Klausula perjanjian kerja antara perusahaan Periklanan dan/ atau perusahaan produsen dengan model iklan anak

Melihat besarnya pengaruh iklan untuk mendongkrak penjualan suatu produk, jadi tidaklah heran bila banyak produsen suatu produk mengusahakan agar produk yang dihasilkannya dapat dibuatkan iklan dan untuk itu, biasanya produsen menghubungi sebuah perusahaan periklanan. Kemudian perusahaan periklanan akan mencari seorang model untuk menjadi bintang iklan dalam produk yang akan diiklankan itu dengan cara langsung menghubungi model iklan tersebut atau dengan cara melalui suatu *agency / artist management*. Setelah itu, diadakan perjanjian antara perusahaan periklanan dengan model iklan tersebut.

Pada prakteknya, perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan model iklan mempunyai banyak nama, seperti perjanjian kerjasama, kontrak kerja, surat perjanjian, ataupun surat pernyataan, dengan klausula seperti yang diisyaratkan oleh tata karma dan tata cara periklanan Indonesia.

Dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia Yang Disempurnakan, diatur mengenai perjanjian antara perusahaan periklanan dengan model iklan atau *agency*-nya yang mempunyai klausula perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Nama produk atau merek yang menggunakan model iklan tersebut.
2. Jenis media atau kampanye yang menampilkan diri atau identitasnya.
3. Jadwal dan perkiraan lama pemotretan/rekaman
4. Imbalan menurut jenis, jumlah dan jadwal pembayarannya
5. Segala kewajiban yang harus dilaksanakan oleh model
6. Pajak imbalan yang timbul atas imbalan yang diberikan oleh pengguna menjadi tanggung jawab model
7. Eksklusivitas pemeranan hanya pada suatu jenis produk selama masa perjanjian, menjadi tanggung jawab model.
8. Khusus untuk model anak-anak, harus disertai persetujuan orang tua/walinya¹⁶.

¹⁶ Komisi Periklanan Indonesia, *Tata Krama Dan Tata Cara Periklanan Indonesia Yang Disempurnakan*, Jakarta, 1995, h..27

Pada dasarnya sebuah perjanjian kerja yang dilakukan oleh model iklan memuat syarat-syarat seperti yang ditetapkan oleh Komisi Periklanan Indonesia. Namun dalam prakteknya ada perjanjian yang pasalnya mengatur tentang hubungan kerja, yang di dalamnya menjelaskan tentang:

1. Bahwa kedua belah pihak setuju akan saling memberitahukan apakah ada pihak ketiga yang akan melakukan kerjasama dalam masa jangka waktu perjanjian tersebut masih berlaku.
2. Bahwa kedua belah pihak akan saling memberitahukan apakah perjanjian tersebut akan diperpanjang atau berakhir, sekurang-kurangnya 1 (satu) minggu sebelum perjanjian tersebut berakhir.
3. Bahwa pihak model dan kegiatannya harus mengutamakan menggunakan menggunakan produk yang di bintanginya dan juga berusaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas.

Pasal yang mengatur tentang penggunaan materi iklan serta *copyright*. Yang isinya menjelaskan bahwa semua hak dan kepentingan (termasuk hak cipta) dalam pembuatan iklan tersebut dan seluruh hasil materi iklan yaitu yang berbentuk negative/digital film, barang cetakan, nama, tanda tangan, hasil rekaman suara yang diperankan oleh model dan semua bahan pemasaran dan promosi (hak cipta materi) merupakan dan tetap menjadi hak milik tunggal dari perusahaan periklanan atau pihak produsen yang mengeluarkan produk. Juga pihak tersebut memiliki hak tunggal untuk menyiarkan, menyebarkan, memberikan izin, menjual atau menggunakan Hak Cipta Materi dengan cara lain

dalam bentuk apapun baik di dalam negeri dan luar negeri, dan semua pendapatan dan keuntungan yang didapat dari pemanfaatan Hak Cipta Materi selama hak cipta tersebut merupakan milik tunggal.

Pasal mengenai batasan-batasan kerjasama dengan pihak lain pada saat perjanjian masih berlangsung yaitu tidak menerima tawaran untuk main film atau sinetron yang berperan sebagai criminal, perampok atau semacamnya yang bisa mengakibatkan pemikiran negative dari public. Dan juga tidak menerima pemotretan atau pengambilan iklan untuk produk yang sejenis.

Pasal mengenai tentang keharusan model iklan menjaga citra dan mematuhi tata tertib saat masa perjanjian masih berlaku yaitu pihak model iklan senantiasa menjaga tingkah laku dalam kehidupan pribadinya dan dalam kegiatan sehari-hari untuk menjaga citra dirinya dan tidak dikehendaki terlibat dalam kegiatan umum dan pribadi yang dapat menimbulkan persepsi negative di mata masyarakat terhadap diri model dalam pemotretan tersebut.

Perjanjian yang dibuat oleh perusahaan periklanan kebanyakan juga mencantumkan pasal mengenai hukum yang berlaku dan daerah hukum yaitu pasal yang mengatur tentang penyelesaian apabila terjadi perselisihan dalam hal pelaksanaan perjanjian diberlakukan dan ditafsirkan sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia melalui pengadilan-pengadilan dalam wilayah Republik Indonesia.

Pasal mengenai honor yang akan di terima oleh model iklan, ditentukan oleh perusahaan periklanan atau perusahaan produsen dalam perjanjian kerja yang tertulis. Tetapi di dalam penentuan honor biasanya melalui negoisasi antara kedua

belah pihak karena dalam penentuan honor model iklan bergantung pada kelas dari model iklan yang bersangkutan¹⁷. Cara pembayaran honor juga diatur dalam perjanjian tertulis dan ditentukan oleh perusahaan periklanan atau perusahaan produsen yaitu pembayaran dilakukan 2 kali. Pembayaran pertama dilakukan pada saat penandatanganan perjanjian, pembayaran kedua dilakukan pada saat setelah dilakukan pengambilan gambar iklan dengan hasil yang memuaskan dan paling lambat dibayar 10 (sepuluh) hari setelah hari pengambilan gambar. Tetapi kadang pihak periklanan atau produsen setelah melakukan pengambilan gambar akan dilanjutkan acara *launching* produk, maka pembayaran biasanya dilakukan secara 3 tahap. Perbedaannya pelunasan pembayaran dilakukan setelah 1 (satu) hari setelah *launching* produk tersebut¹⁸.

Perjanjian kerja berakhir secara tegas ditentukan didalam perjanjian itu sendiri, dilaksanakannya obyek dalam perjanjian atau karena kesepakatan kedua belah pihak kontrak itu diakhiri sebelum berakhirnya sesuai dengan tanggal yang tercantum di dalam Perjanjian itu. Akan tetapi ada kalanya sebelum Perjanjian berakhir seperti tanggal yang disebutkan di dalam perjanjian, salah satu pihak memutuskan perjanjian kerja itu. Apabila telah disepakati bahwa untuk memutuskan suatu perjanjian secara sepihak harus memperoleh persetujuan dari pihak lain karena memutuskan perjanjian secara sepihak tanpa persetujuan pihak lain merupakan perbuatan wanprestasi.

Perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen dengan seorang model iklan (dalam hal ini model iklan anak) termasuk dalam

¹⁷ Wawancara dengan Endang Wahyuningsih, artis manager dari model iklan Amanda, 5 Februari 2005

¹⁸ *Ibid.*

kesepakatan kerja waktu tertentu. Kesepakatan kerja waktu tertentu adalah perjanjian kerja antara pekerja dengan pengusaha, untuk mengadakan hubungan kerja dalam jangka waktu tertentu untuk pekerjaan tertentu.

Kesepakatan kerja untuk waktu tertentu harus dibuat secara tertulis dan dengan menggunakan bahasa Indonesia dan tulisan latin. Syarat-syarat dalam kesepakatan kerja waktu tertentu, sama dengan syarat-syarat seperti dalam perjanjian kerja pada umumnya. Sedangkan yang dimaksud dengan pekerjaan tertentu adalah;

- a. yang sekali selesai atau sementara sifatnya;
- b. yang diperkirakan penyelesaiannya dalam waktu yang tidak terlalu lama dan paling lama tiga tahun;
tata cara jangka waktu dalam perjanjian pertama dibuat paling lama 2 tahun, dan dapat diperpanjang selama 1 tahun.
- c. yang bersifat musiman atau yang berulang kembali;
- d. yang bukan kegiatan yang bersifat tetap dan tidak terputus-putus;
- e. yang berhubungan dengan produk baru atau kegiatan baru atau tambahan yang masih dalam percobaan atau penjajagan.

Perjanjian kerja untuk waktu tertentu dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Perjanjian kerja waktu tertentu yang berdasarkan atas jangka waktu tertentu.
2. Perjanjian kerja waktu tertentu yang didasarkan atas pekerjaan tertentu.

Dilihat dari pembagian tersebut diatas, perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen dengan model iklan termasuk kesepakatan kerja untuk waktu tertentu, karena jangka waktunya tidak harus

mengikuti peraturan menteri tenaga kerja, tetapi bisa memilih sendiri dan memutuskan sendiri atas kesepakatan dari masing-masing pihak. Sedangkan pekerjaan yang dilakukan oleh seorang model iklan merupakan pekerjaan tertentu, yang sementara sifatnya, diselesaikan dalam waktu yang tidak terlalu lama, bersifat musiman, dan berhubungan dengan produk baru.

Berdasarkan azas kebebasan berkontrak dalam hal ini model iklan dan perusahaan periklanan atau perusahaan produsen produk memiliki kebebasan untuk mengadakan atau tidak mengadakan perjanjian, memilih siapa dia akan mengadakan perjanjian dan menetapkan isi perjanjian.

Dalam prakteknya menimbulkan para pihak berusaha semaksimal mungkin untuk mengamankan dirinya (menguntungkan dirinya) dalam berhadapan lawan kontraknya, dan dia berusaha untuk membentengi dirinya mencoba membuat kontrak yang isinya cenderung hanya menguntungkan dirinya sendiri¹⁹. Dan terkadang cenderung lebih banyak menguntungkan pihak perusahaan. Sehingga hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen adalah hubungan antara pengusaha dan pekerja dimana perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen mempunyai kedudukan yang lebih tinggi daripada model iklan sebagai pekerja.

Apabila dilihat dari syarat-syarat yang harus dimuat dalam perjanjian yang dibuat dalam perjanjian yang dibuat oleh perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen dengan model iklan anak, maka perjanjian tersebut

¹⁹ A. Yudha Hernoko (A. Yudha Hernoko IV), *Perspektif Pendekatan Sistem Terhadap Kebebasan Berkontrak Dalam Kontrak Standar*, Kumpulan artikel Hukum Kontrak Dan Hukum Jaminan, h.12

merupakan suatu hubungan hukum yang tunduk pada undang-undang ketenagakerjaan.

Namun jika perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen ingin menggunakan kebebasan berkontrak, maka klausula yang akan diperjanjikan tidak boleh bertentangan dengan hukum ketenagakerjaan. Karena dalam hukum ketenagakerjaan banyak diatur mengenai perlindungan-perlindungan bagi para pekerja. Dalam hal ini perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen agar dapat membuat perjanjian kerja dengan model iklan anak, berdasarkan Undang-undang ketenagakerjaan pasal 69 ayat (2) harus memenuhi persyaratan-persyaratan yaitu:

1. Izin tertulis dari orang tua atau wali

Dalam hal ini Perusahaan Periklanan dan/atau Perusahaan produsen yang akan membuat perjanjian kerja dengan model iklan anak wajib terlebih dahulu meminta izin dari orang tua atau wali. Dalam Pasal 69 ayat (2) huruf a Undang-undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, ditegaskan bahwa pengusaha yang mempekerjakan anak pada pekerjaan ringan diwajibkan untuk memperoleh izin tertulis dari orang tua anak yang akan bekerja. Perlunya izin orang tua disebabkan karena anak selama masih dalam kekuasaan orang tua atau wali merupakan tanggung jawab orang tua atau wali.

2. Perjanjian kerja antara pengusaha dengan orang tua atau wali

Perjanjian kerja yang dilakukan antara perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen dengan model iklan anak harus diwakili oleh orang

tua atau wali, hal ini disebabkan karena usia model iklan anak belum cakap untuk melakukan perjanjian. Ketentuan tentang kecakapan untuk membuat perjanjian yang diatur dalam Pasal 1330 BW adalah sebagai berikut:

“Tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

1. Orang yang belum dewasa;
2. Orang yang ditaruh dalam pengampuan;
3. Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh Undang-undang;
4. Semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu”.

Dilihat dari pasal tersebut maka seorang model iklan anak adalah subyek hukum yang tidak mampu untuk melakukan perjanjian kerja karena usia mereka. Agar sah untuk melakukan perjanjian kerja, maka berdasarkan Pasal 1601 huruf g ayat 1 BW, maka perjanjian kerja tersebut harus dikuasakan oleh orang tuanya atau walinya.

3. Pembatasan waktu kerja

Dalam hal ini dimaksudkan bahwa lama waktu kerja bagi anak dengan yang sudah dewasa. Aturan pembatasan waktu kerja dapat kita temukan pada pasal 69 ayat 2 huruf c, yang menyatakan bahwa waktu kerja maksimum bagi anak adalah maksimum 3 (tiga) jam. Namun dalam prakteknya hal ini tentunya sangat bertentangan karena suatu pengambilan gambar untuk sebuah iklan tentunya memakan waktu lebih dari 3 jam.

4. Dilakukan pada siang hari dan tidak mengganggu sekolah

Waktu kerja bagi model iklan anak harus dilakukan pada siang hari karena jika dilakukan pada malam hari berpotensi menimbulkan bahaya bagi keselamatan dan kesehatan anak, disamping itu malam hari adalah waktu yang tepat bagi seorang anak untuk beristirahat dan belajar.

Waktu bekerja bagi model iklan anak juga tidak boleh mengganggu waktu sekolah, artinya dalam hal pengambilan gambar untuk iklan tidak boleh dilakukan pada waktu jam sekolah. Tetapi dalam kenyataannya terkadang seorang model iklan anak mengorbankan sekolahnya untuk pengambilan gambar untuk iklan dengan jalan orang tua model iklan anak meminta izin untuk anaknya tidak mengikuti mata pelajaran yang sedang berlangsung.

5. Keselamatan dan kesehatan kerja

Usaha keselamatan dan kesehatan kerja merupakan upaya pencegahan dan penanggulangan agar seorang model iklan anak terhindar dari kecelakaan di tempat kerja. Dalam prakteknya perjanjian kerja yang diadakan oleh model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen tidak mencantumkan klausula tentang adanya asuransi yang ditujukan untuk model iklan anak untuk mendapatkan jaminan atas keselamatan dan kesehatan kerja.

6. Adanya hubungan kerja yang jelas

Hubungan kerja yang dimaksud adalah hubungan kerja yang terjadi setelah diadakan perjanjian kerja antar model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen, dimana model iklan menyatakan kesanggupannya untuk bekerja dan menerima honor dan dimana perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen menyatakan kesanggupannya untuk mempekerjakan model iklan anak tersebut dengan membayar honor.

Hubungan kerja pada dasarnya meliputi:

- a. Pembuatan perjanjian kerja
 - b. Kewajiban Model iklan anak
 - c. Kewajiban perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen
 - d. Cara penyelesaian perselisihan antara pihak-pihak yang bersangkutan.
7. Memberikan upah sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Ketentuan pengupahan ini dalam perjanjian kerja antara model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen disebut dengan imbalan atau honor. Dengan adanya ketentuan ini bertujuan agar perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen tidak menjadi anak sebagai komoditi untuk meningkatkan keuntungan, yaitu dengan mempekerjakan anak dianggap sebagai pencari nafkah sekunder yang mau dibayar dengan lebih murah dibawah ketentuan pengupahan yang berlaku. Dalam prakteknya proses pengupahan seperti ini tidak berlaku karena proses pemberian imbalan selalu di kaitkan dengan kelas model

iklan yang bersangkutan tidak melihat dari usia tapi dari pengalaman dan professional dari model, dan ini tidak jarang model iklan anak dibayar lebih mahal daripada model iklan dewasa²⁰.

²⁰ Wawancara dengan Adhi, account executive dari artis management studio 3, 7 Februari 2005

BAB III

UPAYA HUKUM BAGI MODEL IKLAN ANAK

YANG DIRUGIKAN

1. Hak Model iklan anak menurut UU No. 23 Tahun 2003 Tentang Perlindungan Anak.

Model iklan anak mempunyai hak perlindungan dari diskriminasi, eksploitasi, tindak kekerasan yang sebagaimana ada dalam Undang-undang Perlindungan Anak. Hak untuk mendapatkan perlindungan menjadi suatu yang penting dan utama bagi model iklan anak karena pada kenyataannya kondisi seorang anak yang masih di bawah umur memang sangat lemah serta rentan terhadap perlakuan yang salah dan cenderung tereksplorasi.

Perlindungan terhadap anak yang tereksplorasi merupakan bagian dari perlindungan khusus, yaitu perlindungan yang dilakukan oleh pemerintah atas perlakuan-perlakuan, tindakan-tindakan atau kegiatan yang salah, membahayakan serta mengancam kehidupan anak.

Dalam Perjanjian kerja yang dilakukan oleh model iklan anak, para pihak periklanan dan pihak produsen harus mempunyai kewajiban dan tanggung jawab melakukan perlindungan yang dalam situasi/kondisi tereksplorasi, berdasarkan Undang-undang No. 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak pasal 66 ayat (1).

Secara khusus larangan mengenai eksploitasi terhadap anak di atur dalam Pasal 66 ayat (3) Undang-undang No. 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, yang menyatakan bahwa:

“Setiap orang dilarang menempatkan, membiarkan, melakukan, menyuruh melakukan atau turut serta melakukan eksploitasi terhadap anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1)”

Bentuk perlindungan khusus terhadap anak yang tereksplorasi berdasarkan Undang-undang No. 23 tahun 2002 ayat (2) adalah sebagai berikut:

- a. Penyebarluasan dan/atau sosialisasi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan anak yang dieksploitasi secara ekonomi dan/atau seksual;
- b. Pemantauan, pelaporan, dan pemberian sanksi; dan
- c. Perlibatan berbagai instansi pemerintah, perusahaan, serikat pekerja, lembaga swadaya masyarakat, dan masyarakat dalam penghapusan eksploitasi terhadap anak secara ekonomi dan/atau seksual

Persyaratan-persyaratan yang wajib dipenuhi oleh perusahaan periklanan dan perusahaan produsen agar dapat mengadakan perjanjian kerja dengan model iklan anak, berdasarkan pasal 71 Undang-undang No. 13 tahun 2003 adalah sebagai berikut:

- a. di bawah pengawasan langsung dari orang tua atau wali;
dimaksudkannya yaitu pada saat pengambilan gambar untuk suatu produk, seorang model iklan di bawah umur harus diawasi langsung oleh orang tua atau walinya. Perlunya pengawasan dari orang tua atau walinya disebabkan dalam hal ini model iklan anak tidak melakukan pekerjaan yang tercantum

pada Pasal 74 ayat 2 huruf b Undang-undang No. 13 tahun 2003 yaitu “Segala pekerjaan yang memanfaatkan, menyediakan, atau menawarkan anak untuk pelacuran, produksi pornografi, pertunjukan porno, atau perjudian”.

- b. Waktu kerja paling lama 3 (tiga) jam sehari;

Hal ini dimaksudkan untuk tidak terjadi eksploitasi secara ekonomi terhadap model iklan anak oleh perusahaan periklanan atau perusahaan produsen. Tetapi dalam prakteknya seorang model iklan anak melakukan persiapan, hingga pengambilan gambar sebuah iklan memakan waktu lebih dari 3 (tiga) jam.

- c. Kondisi dan lingkungan kerja tidak mengganggu perkembangan fisik, mental, sosial, dan waktu sekolah.

Hal ini maksudkan agar melindungi kepentingan model iklan anak untuk tidak diperlakukan secara sewenang-wenang, dan memperoleh kenyamanan dalam melakukan pekerjaannya.

Sedangkan sanksi terhadap adanya kegiatan eksploitasi terhadap anak, sebagaimana seperti yang diatur dalam Undang-undang no. 23 tahun 2002 tentang Perlindungan Anak adalah sebagai berikut:

1. Setiap orang yang mengetahui dan sengaja membiarkan anak dalam kondisi tereksplorasi secara ekonomi dan/atau seksual, padahal anak tersebut memerlukan pertolongan dan harus dibantu, berdasarkan Pasal 78 Undang-undang No. 23 tahun 2002, dipidana dengan pidana penjara

paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

2. Setiap orang yang melakukan eksploitasi anak dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain, berdasarkan Pasal 88 Undang-undang No. 23 tahun 2003 tentang Perlindungan Anak, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

Dilihat dari ketentuan diatas, tindak pidana atas eksploitasi pada anak tidak saja dikenakan terhadap pelaku eksploitasi, tetapi juga terhadap yang mengetahui dan dengan sengaja membiarkan anak terseksplotasi padahal anak tersebut memerlukan pertolongan dan harus dibantu juga dikategorikan sebagai tindak pidana.

2. Upaya Penyelesaian Perselisihan

Dalam setiap usaha atau bisnis tidak menutup kemungkinan bagi para pihak mengalami suatu kerugian, dan hal tersebut adalah wajar bagi setiap orang yang menekuni suatu usaha untuk menerimanya sebagai suatu resiko.

Perlindungan hukum kepada pihak yang telah melakukan wanprestasi tersebut sebagai berikut:

- a. Mekanisme tertentu untuk memutuskan kontrak

Agar pemutusan kontrak tidak dilaksanakan secara sembarangan sungguhpun pihak lainnya telah melakukan wanprestasi, maka hukum menentukan

mekanisme tertentu dalam hal pemutusan kontrak tersebut. Mekanisme tersebut adalah sebagai berikut;

- a. Kewajiban melaksanakan Somasi (Pasal 1238 BW)
- b. Kewajiban memutuskan kontrak timbal balik lewat pengadilan (Pasal 1266 BW)

b. Pembatasan terhadap pemutusan kontrak

Bahwa jika salah satu pihak telah melakukan wanprestasi, maka pihak lainnya dalam kontrak tersebut berhak untuk memutuskan kontrak yang bersangkutan, tetapi terhadap hak untuk memutuskan kontrak oleh pihak yang telah dirugikan akibat wanprestasi ini berlaku beberapa restriksi yuridis berupa:

1. Wanprestasi harus serius
2. Hak untuk memutuskan kontrak belum dikesampingkan
3. Pemutusan kontrak tidak terlambat dilakukan
4. Wanprestasi disertai dengan unsur kesalahan¹⁸

Suatu perjanjian kerja kerap kali menimbulkan persengketaan dan sebagai upaya penyelesaian sengketa yang pada umumnya diselesaikan melalui:

A. Jalur Non Litigasi

Melalui Jalur Non Litigasi diharapkan bisa menghindari Stereotipe penyelesaian sengketa melalui peradilan dan alasan untuk memakai Jalur Non Litigasi adalah antara lain;

¹⁸ Munir Fuady, *Op. Cit.*, h. 98

1. Pengadilan sudah sarat beban (*overloaded*)
2. Prosedur dan proses; Birokratis
3. Butuh waktu lama
4. Biaya mahal
5. Posisi para pihak saling bermusuhan
6. Sidang terbuka untuk umum
7. Pada umumnya pengetahuan hakim generalis
8. Indikasi praktek "*Money Game*" (oknum)
9. Putusan: kalah-menang (*win-lose*)
10. Putusan; Unreasonable & Unpredictable (perlu tradisi anotasi dan eksaminasi)
11. Kurangnya transparansi dan akuntabilitas putusan
12. Hambatan pelaksanaan putusan pengadilan
13. Dll.¹⁹

Upaya penyelesaian melalui jalur Non litigasi dapat dilakukan melalui 2 jalur, yaitu antara lain:

a. Musyawarah atau Negoisasi

Dalam kegiatan bisnis, khususnya yang berskala global, dimana saling berinteraksi sebagai karakter manusia, kultur, kepentingan serta demikian kompleks dan dinamis pola hubungan diantara pelaku bisnis, tentunya dibutuhkan instrumen yang mampu mewadahi pelbagai kepentingan yang demikian kompleks tersebut. Salah satu instrumen penting dalam

¹⁹ Basuki Rekso Wibowo, *Penyelesaian Sengketa Alternatif*, Hand Out Mata Kuliah Penyelesaian Sengketa Alternatif, Surabaya, h. 1

memfasilitasi kompleksitas kepentingan pelaku bisnis yaitu melalui negoisasi. Negoisasi sebagai sebuah instrumen yang menjembatani pelbagai kepentingan pelaku bisnis, pada dasarnya didasari atau tidak senantiasa dilakukan, baik dalam lingkup yang sederhana sampai yang paling rumit²⁰.

Negoisasi adalah suatu proses diantara dua taua lebih para pihak yang berusaha mencapai permufakatan terhadap satu atau beberapa masalah, dan tanpa keterlibatan pihak ketiga.

Negoisasi merupakan "*fact of life*" atau keseharian. Setiap orang melakukan negoisasi dalam kehidupan sehari-hari seperti halnya sesama mitra bisnis, kuasa hukum dengan pihak lain yang sedang bersengketa. Negoisasi merupakan *basic means* untuk mendapatkan apa yang di inginkan dari orang lain.

Secara umum tehnik negoisasi dapat dibagi menjadi:

- Tehnik negoisasi yang kompetitif dan kooperatif (Williams, 1983)
- Tehnik yang bertumpu pada posisi (positional based) dan tehnik yang bertumpu pada kepentingan (interest based) (Fisher dan Ury, 1991)²¹

Negoisasi menjadi efektif (mencapai suatu kesepakatan yang bersifat stabil), apabila memiliki prasyarat kondisi sebagai berikut:

- Pihak-pihak bersedia bernegoisasi secara sukarela berdasarkan kesadaran yang penuh (*Willingness*);

²⁰ A. Yudha Hernoko (A. Yudha Hernoko V), *Prinsip-prinsip Negoisasi Dalam Bisnis*, Kumpulan Artikel Hukum Kontrak dan Jaminan, h. 6

²¹ M. Zaidun, *Mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa (MAPS)*, Hand Out Mata Kuliah Penyelesaian Sengketa Alternatif, Surabaya, h. 5-6

- Pihak-pihak siap melakukan negoisasi (*Preparedness*);
- Mempunyai wewenang mengambil keputusan (*Authoritative*);
- Memiliki kekuatan yang relative seimbang sehingga dapat menciptakan saling ketergantungan (*Relative Equal Bargaining Power*);
- Mempunyai kemauan menyelesaikan masalah (*Willingness To Settle*)²²

b. Mediasi

Mediasi merupakan intervensi dalam sebuah sengketa atau negoisasi, oleh pihak ketiga yang bisa diterima oleh pihak yang bersengketa dalam hal ini model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen, bukan merupakan bagian dari kedua belah pihak dan bersifat netral. Dalam hal ini mediasi berfungsi membantu para pihak yang bersengketa agar secara sukarela berusaha mencapai kesepakatan bersama dalam menyelesaikan suatu persengketaan.

Mediasi pada dasarnya mengandung unsur sebagai berikut:

- Sebuah sarana untuk menyelesaikan persengketaan yang didasarkan oleh perundingan
- Tujuan dari mediasi ini adalah untuk menghasikan kesepakatan yang nantinya dapat diterima oleh kedua belah pihak yang berguna untuk mengakhiri sengketa

²² M. Zaidun, *Op. Cit.*, h. 14

- Mediator adalah seorang pihak ketiga yang netral, yang dalam hal ini menjadi pihak ketiga yang terlibat dan diterima oleh kedua belah pihak
- Seorang mediator berfungsi untuk membantu para pihak yang bersengketa untuk mencari penyelesaian atas masalah-masalah yang terjadi diantara kedua belah pihak.
- Seorang mediator tidak mempunyai kewenangan membuat keputusan selama proses perundingan berlangsung

Kebaikan (keuntungan) dari mediasi pada dasarnya mengandung unsur sebagai berikut:

- Merupakan sebuah proses penyelesaian sengketa yang berdasarkan perundingan.
- Pihak ketiga yang netral yang disebut mediator terlibat dan diterima oleh para pihak yang bersengketa didalam perundingan itu.
- Mediator bertugas membantu para pihak yang bersengketa untuk mencari penyelesaian atas masalah-masalah sengketa.
- Mediator mempunyai kewenangan membuat keputusan-keputusan selama proses perundingan berlangsung.
- Tujuan mediasi adalah untuk mencapai atau menghasilkan kesepakatan yang dapat diterima pihak-pihak yang bersengketa guna mengakhiri sengketa.²³

²³ M. Zaidun, *Op. Cit.*, h. 9

B. Jalur Litigasi

Wanprestasi berasal dari istilah aslinya dalam bahasa Belanda “*wanpretatie*” artinya tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam suatu perikatan yang timbul karena Undang-undang. Dengan adanya Pasal 1234 BW menyatakan bahwa tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, maka dapat kita ketahui bentuk-bentuk dari wanprestasi ini adalah:

- a. tidak memenuhi prestasi sama sekali
- b. memenuhi prestasi tapi tidak baik atau keliru
- c. memenuhi prestasi tetapi tidak tepat pada waktunya
- d. melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan²⁴.

Seperti yang kita ketahui, dalam dunia bisnis tidak menutup kemungkinan adanya permasalahan di kemudian hari bagi para pihak. Penyelesaian melalui jalur litigasi ini merupakan alternatif terakhir karena sudah menjadi rahasia umum khususnya di Indonesia, mengenai tidak efektif dan efisiensinya. Bahkan belakangan muncul kritik bahwa proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan tidak menjamin kepastian hukum (*uncertainty*), penuh kejutan dan tidak dapat diprediksi (*unpredictable*), membuang waktu, dan biaya mahal. Bagi dunia bisnis proses yang demikian jelas mengakibatkan bonafiditas dan kredibilitas rendah serta ekonomi biaya tinggi (*high cost economy*).

²⁴ Subekti, *Op. Cit.*, h.45

3. Pemberian Ganti Rugi

Masalah kerugian dan ganti rugi merupakan salah satu masalah parsial terpenting dalam kontrak kerja. Kata “kerugian” berasal dari kata “rugi” sehingga mudah diketahui apakah sebenarnya arti kerugian tersebut.

Dalam ilmu hukum kontrak dikenal beberapa doktrin hukum yang membatasi perolehan suatu ganti rugi dari pihak dirugikan oleh wanprestasi dari kontrak yang bersangkutan. Pembatasan terhadap perolehan ganti rugi dilakukan berlandaskan kepada satu prinsip yang sangat penting dalam hukum kontrak, yaitu ganti rugi tidak saja harus sesuai dengan kerugian tetapi juga harus sesuai dengan kesalahan dari si pelaku wanprestasi dan/atau jika harus sesuai dengan kesalahan dari pihak dirugikan.²⁵

Berdasarkan Pasal 1243 BW kerugian diartikan dalam tiga kategori sebagai berikut:

(1) biaya,

biaya adalah setiap *cost* yang harus dikeluarkan secara nyata oleh pihak yang dirugikan, dalam hal ini sebagai akibat dari adanya tindakan wanprestasi.

(2) kerugian (dalam arti sempit), dan

Kerugian yang dimaksud adalah keadaan merosotnya (berkurangnya) nilai sebagai akibat dari adanya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak yang melakukan perjanjian.

²⁵ Munir Fuady, *Op. Cit.*, h. 142

(3) Bunga

Bunga adalah keuntungan yang seharusnya diperoleh tetapi tidak jadi diperoleh oleh salah satu pihak karena pihak lawannya melakukan wanprestasi.

Ketentuan akan penilaian kerugian diatas harus didasarkan atas adanya kenyataan kerugian atau unsur pemenuhan atas kerugian yang diderita. Adapun unsur tersebut adalah:

- a. Keadaan tersebut terjadi bukan karena keadaan memaksa atau *force majeure* (Pasal 1245 BW)
- b. Kerugian yang mendapat ganti rugi oleh debitur, haruslah berdasarkan kerugian yang benar-benar terjadi dan adanya kehilangan atas keuntungan (Pasal 1246 BW)
- c. Ganti rugi hanya dibebankan atas kerugian yang nyata atau yang dapat diduga waktu penutupan perjanjian, kecuali adanya unsur tipu daya dalam pembuatan perjanjian (Pasal 1247 BW)
- d. Adanya ketentuan besar ganti rugi yang diperjanjikan dalam perjanjian, harus dipenuhi jika terjadi pelanggaran (Pasal 1249 BW)
- e. Jika ada keterlambatan dalam pemenuhan prestasi debitur, maka ganti rugi berdasarkan atas bunga (Pasal 1250 BW)

Sebenarnya ganti rugi yang ditetapkan dalam kontrak merupakan salah satu model pemberian ganti rugi dalam hukum kontrak. Model-model pemberian ganti rugi dalam hukum:

- Ganti rugi dalam kontrak

Ganti rugi yang diberikan apabila suatu kontrak dalam provisi yang menentukan jumlah ganti rugi yang harus dibayar oleh pihak yang melakukan wanprestasi, maka pembayaran ganti rugi tersebut hanya sejumlah yang ditetapkan dalam kontrak tersebut. Tidak boleh ada yang dikurangi atau dilebihi.

- Ganti rugi Ekspektasi

Ganti rugi yang dilakukan dengan cara menghitung jumlah kerugian yang harus diberikan kepada pihak yang dirugikan akibat wanprestasi terhadap kontrak yang bersangkutan. Dengan pembayaran ganti rugi dalam bentuk ekspektasi ini, pihak yang dirugikan seolah-olah ditempatkan pada tempat seandainya kontrak tersebut dapat berjalan dengan baik (seolah-olah tidak terjadi wanprestasi).

- Pergantian biaya

Ganti rugi ini disebut juga ganti rugi dalam bentuk *Out Of Pocket*, yakni pergantian biaya yang sudah dikeluarkan (berdasarkan nilai pada kuitansi). Jadi dengan ganti rugi dalam bentuk *Out Of Pocket*, seluruh biaya yang telah dikeluarkan oleh salah satu pihak dalam rangka pelaksanaan kontrak harus diganti oleh pihak yang melakukan wanprestasi.

- Restitusi

Sebuah nilai tambah yang diterima oleh pihak yang melakukan wanprestasi, nilai mana terjadi sebagai akibat dari pelaksanaan kontrak oleh pihak lain dari yang melakukan wanprestasi. Nilai tambah tersebut jelas harus dikembalikan kepada pihak yang dirugikan sebagai ganti ruginya.

- *Quantum Meruit*

Dalam hal ganti rugi dalam bentuk *quantum meruit* ini, yang dikembalikan kepada pihak yang dirugikan bukanlah manfaat (*benefit*) seperti pada biasanya restitusi, melainkan dikembalikan “nilai yang wajar” (*reasonable value*) dari hasil pelaksanaan kontrak yang telah dilakukan.

- Pelaksanaan kontrak²⁶

Salah satu bentuk ganti rugi kepada pihak yang telah dirugikan oleh pihak yang melakukan wanprestasi adalah paksaan pelaksanaan kontrak itu sendiri, yakni paksaan (lewat pengadilan) agar apa-apa yang telah dijanjikan dalam kontrak (yang semula tidak jadi dilaksanakan) agar dilaksanakan kembali.

Penentuan jumlah ganti rugi dalam suatu kontrak dapat mengundang banyak persoalan yuridis, karena menyangkut tentang bentuk ganti rugi yang diperbolehkan, batasan-batasan ganti rugi dan bagaimana pula jika ganti rugi

²⁶ Munir Fuady, *Op. Cit.*, h. 150

tersebut terlalu memberatkan sehingga sebenarnya sudah merupakan suatu hukuman (*penalty*).

Dalam Prakteknya Pelaksanaan ganti rugi yang diminta oleh model iklan anak terhadap pihak perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen yaitu berupa penggantian kompensasi berupa pergantian biaya.

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Maksud kesimpulan dalam bab penutup ini adalah menyimpulkan seluruh uraian dan jawaban atas masalah yang ada didalam skripsi, antara lain sebaga berikut dibawah ini:

- a. Bahwa kedudukan para pihak dalam perjanjian antara model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen pada dasarnya adalah seimbang. Masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban sesuai dengan posisinya masing-masing yang harus dipertanggungjawabkan secara baik menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam perjanjian tersebut tersebut perlu diperhatikan klausula-klausula yang bersifat *win-win solution* karena menganggap bahwa seluruh kerugian yang akan timbul di kemudian hari akibat dari perjanjian yang dibuat dapat dicegah secara dini melalui klausula-klausula yang akan dibuat pada waktu awal dari proses perjanjian tersebut.
- b. Perlindungan Hukum bagi model iklan anak dilihat dari hak model iklan anak melalui hak perlindungan jika dalam perjanjian tersebut mempunyai klausula-klausula yang di dalamnya terdapat klausula

yang mengandung diskriminasi, eksploitasi, tindak kekerasan yang sebagaimana ada dalam Undang-undang Perlindungan Anak.

Upaya Hukum yang dapat ditempuh oleh model iklan anak bila terjadi *wanpretatie* adalah melalui 2 jalur yaitu:

A. Jalur Non Litigasi:

B. Jalur Litigasi

Tujuan ganti rugi dalam kontrak adalah untuk menetapkan secara pasti suatu jumlah ganti rugi yang harus dibayar jika terjadi wanprestasi.

2. Saran

- a. Dalam perjanjian kerja yang dilakukan oleh model iklan anak dengan perusahaan periklanan dan/atau perusahaan produsen hendaknya juga mencantumkan klausula tentang Asuransi. Ini dimaksudkan agar lebih terjaminnya model iklan anak dalam keselamatan dan kesehatan kerjanya. Para pihak harus konsekuen dengan perjanjian yang telah disepakati, untuk itu sebelum ditanda tangani, perjanjian harus memuat klausula-klausula yang mempunyai aspirasi dari para pihak, agar para pihak nantinya konsekuen dengan apa yang telah disepakati. Cara preventif ini digunakan dengan anggapan bahwa seluruh kerugian yang akan timbul dikemudian hari akibat dari perjanjian yang dibuat dapat dicegah secara dini melalui klausula-klausula yang akan dibuat pada waktu awal proses perjanjian tersebut.

- b. *Wanpretatie* oleh salah satu pihak dapat menyebabkan kerugian pada pihak lain. Pada kenyataannya dalam surat perjanjian kerja tidak mengatur secara jelas. Oleh sebab itu hendaknya klausula-klausula yang ada dalam surat perjanjian kerja disempurnakan dengan mencantumkan substansi ganti rugi. Dalam hal kerugian yang timbul pada salah satu pihak. Sebisa mungkin mengedepankan jalan musyawarah karena selain menghemat biaya, waktu, dan tenaga, hubungan para pihak tetap terjaga dengan baik dan tetap terjaga dalam suasana kekeluargaan. Apabila ada pelanggaran terhadap kontrak yang telah dibuatnya sendiri, maka pengaturan terhadap konsekuensi pelanggaran tersebut haruslah dibuat seadil-adilnya, sehingga dengan demikian tidak ada pihak yang dirugikan. Karena, itu, pengaturan tentang kerugian dan ganti rugi menjadi salah satu sasaran utama bahkan merupakan tujuan akhir dari hukum kontrak.

DAFTAR BACAAN

Fuady, Munir, **Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)**, Pt. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001

Hernoko A. Yudha, **Kumpulan Artikel Hukum Kontrak dan Hukum Jaminan**, Surabaya, 2002.

_____, **Perkembangan Kontrak Win-win Di Dunia Bisnis**, Amarta, Vol 1, Januari-April, 2002

_____, **Reinterpretasi dan Reorientasi Hukum Perjanjian**, Yuridika, Vol 17, No. 6, November-Desember, Universitas Airlangga, 2002

Indiarso R. dan Mj.Saptenno, **Hukum Perburuhan, Perlindungan Hukum Bagi Tenaga Kerja dalam Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja**, Karunia, Surabaya, 1996.

Komisi Periklanan Indonesia, **Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Yang Disempurnakan**, Jakarta, 1995

Marzuki, Peter Mahmud, **Kontrak dan Pelaksanaannya**, Hand Out Mata Kuliah Perjanjian Dagang Internasional, Surabaya.

Rusli, Harjian, **Hukum Perjanjian Indonesia dan Common law**, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1996.

Subekti, **Hukum Perjanjian**, Intermasa, Jakarta, 1990.

Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, Balai Pustaka, Jakarta, 1990

Wibowo, Basuki Rekso, **Penyelesaian Sengketa Alternatif**, Hand Out Mata Kuliah Penyelesaian Sengketa Alternatif, Surabaya.

Zaidun, M, **Mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa (MAPS)**, Hand Out Mata Kuliah Penyelesaian Sengketa Alternatif, Surabaya.

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak

FROM : VERSAILLES INTERNATIONAL

FAX NO. : 62 21 42870234

FEB. 05 2004 03:57PM P

ID : Manti H. W. H. H. H.
Jn : Djony Widjaja
Versail**SURAT PERJANJIAN**

PERJANJIAN INI dibuat pada hari Sabtu, 21 Februari 2004 di Jakarta oleh dan antara lain:

- I. PT VERSAILLES INTERNATIONAL yang berkedudukan di Jakarta di Jl. Sawo No. 40A, Garuda, Jakarta 12790 - Indonesia, yang diwakili oleh Djony Widjaja sebagai Direktur, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan, selanjutnya disebut sebagai "Pihak I"
- II. dengan kartu tanda penduduk no: yang bertempat tinggal di atas jasa dari Amanda selanjutnya disebut sebagai "Pihak II"

BAHWA

Pihak I membuat poster untuk keperluan promosi dan dengan ini membutuhkan jasa seorang yang berbakat untuk menjadi model bagi pembuatan poster promosi tersebut. Pihak II telah setuju untuk menerima penunjukan tersebut dengan ketentuan dan persyaratan sebagaimana diterangkan dalam perjanjian ini.

BAGIAN OPERASI:**1. LINGKUP PENUNJUKAN DAN KERJA**

Pihak I dengan ini menunjuk Pihak II (Amanda) bertindak sebagai model dalam pemotretan untuk poster dari product Versail, yang mana Pihak II setuju dan tunduk pada peraturan perjanjian tersebut dan menyatakan dengan ini bersedia untuk penempatan poster tersebut pada setiap counter dimana terdapat product Versail. Sebagai model bersedia untuk:

- 1.1. Menghadiri pemotretan pada tempat yang akan ditentukan oleh Pihak I dan sebelumnya akan dilakukan fitting busana. Dan Pihak II berusaha sebaik mungkin untuk mencapai mutu produksi yang baik dan membantu untuk keberhasilan pemotretan tersebut, sehingga menjadi poster yang diinginkan oleh Pihak I.
- 1.2. Apabila hasil dari pemotretan ternyata diluar kemampuan Pihak I tidak dapat dipergunakan sebagai poster, maka Pihak II bersedia untuk mengikuti pemotretan pengganti agar supaya poster dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai yang diinginkan Pihak I.
- 1.3. Bersedia untuk dipasangkan dengan model-model lainnya dalam pemotretan tersebut.
- 1.4. Mengisi acara yang diadakan oleh Pihak I sebanyak 1 (satu) kali dalam masa perjanjian ini berlangsung, dengan waktu dan tempat yang ditentukan oleh Pihak I dan akan diberitahukan minimal 2 (dua) minggu sebelum acara berlangsung.
- 1.5. Pihak II dalam segala kegiatan baik dalam membintangi sinetron, sebagai presenter maupun kegiatan menyanyi dan kegiatan lainnya mengutamakan menggunakan produk Versail, dan juga berusaha untuk memperkenalkan produk Versail kepada masyarakat luas.

FROM : VERSAILLES INTERNATIONAL

FAX NO. : 62 21 42870234

FEB. 05 2004 03:58PM

- 1.6. Pihak I akan membuatkan Post card sebanyak 2.000 (dua ribu) lembar dengan foto Amanda dan diberi logo Versail pada bagian muka.
- 1.7. Pihak I akan membuatkan Kartu Nama sebanyak 500 (lima ratus) lembar dan diberi logo Versail pada bagian muka.
2. **PANGGILAN KERJA**
Pihak II (Amanda) akan senantiasa tepat waktu dalam hal:
 - 2.1. Menghadiri sesi fitting busana dan segala persiapan produksi yang meliputi, pengambilan gambar dan perekaman yang terkait dengan pembuatan poster tersebut sebagaimana yang diminta oleh Pihak I.
 - 2.2. Mematuhi semua arahan, perintah dan petunjuk sehubungan dengan pemotretan tersebut, yang diberikan oleh talent coordinator ataupun promotion manager dan personel yang berwenang dari Pihak I.
3. **MENJAGA CITRA DAN MEMATUHI TATA TERTIB**
Selama masa berlakunya perjanjian ini Pihak II (Amanda) senantiasa menjaga tingkah laku dalam kehidupan pribadinya dan dalam kegiatan sehari-hari untuk menjaga citra dirinya dan tidak dikehendaki terlibat dalam kegiatan umum atau pribadi yang dapat menimbulkan persepsi negative di mata masyarakat terhadap diri model dalam pemotretan tersebut.
4. **KESEPAKATAN KERJA DENGAN PIHAK LAIN**
Pihak II (Amanda) dengan ini menegaskan kepada Pihak I bahwa:
 - 4.1 Memiliki kewenangan hukum penuh untuk menandatangani dan melaksanakan perjanjian ini selama waktu yang diperlukan untuk pembuatan poster Versail.
 - 4.2 Pihak II tidak melanggar perjanjian kerja dengan pihak lain, jika ada tuntutan dari pihak lain maka Pihak I dibebaskan dari segala tuntutan yang akan terjadi.
 - 4.3 Tidak menerima tawaran untuk main film atau drama televisi yang berperan sebagai Kriminal, perampok atau semacamnya yang bisa mengakibatkan pemikran negative dari publik.
 - 4.4 Tidak menerima pemotretan untuk produk busana anak-anak yang sejenis dengan produk Versail.
5. **KELUAR KOTA/PINDAH**
Selama berlakunya perjanjian ini Pihak II tidak diperkenankan untuk pindah keluar kota Jakarta dan memberitahukan kepada Pihak I jika hendak berpergian keluar kota dimana bertepatan dengan waktu pemotretan yang telah ditentukan, Jika Pihak II hendak berganti alamat yang berbeda dengan alamat yang telah disebutkan pada awal perjanjian ini maka harus memberitahukan Pihak I secara tertulis perihal pindah

1 : VERSAILLES INTERNATIONAL

FAX NO. : 62 21 42870234

FEB. 05 2004 03:59PM P3

alamat baru tersebut dan nomor yang dapat dihubungi diberikan paling lambat 1(satu) minggu sebelum tanggal pindah.

6. IMBALAN

Pihak I akan membayar sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah) kepada Pihak II sebagai imbalan dari pemotretan dalam pembuatan poster Versail dan mengisi acara tersebut serta pembayaran akan dilakukan sebagai berikut;

- 6.1 Pihak I akan membayar down payment kepada Pihak II pada saat penandatanganan perjanjian ini sebesar Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah).
- 6.2 Pembayaran selanjutnya sebesar Rp. 2.000.000,- (dua juta rupiah) akan dibayarkan kepada Pihak II apabila telah menyelesaikan semua sesi pemotretan dengan baik dengan hasil memuaskan paling lambat 10 (sepuluh) hari setelah pemotretan berlangsung.
- 6.3 Pelunasan sebesar Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah) akan dibayarkan 1 (satu) hari setelah Pihak II hadir untuk mengisi acara yang diadakan oleh Pihak I.

7. KEHADIRAN DAN SANKSI

Pihak I dengan tepat waktu menghadiri fitting busana, pemotretan serta mengisi acara yang telah ditentukan, jika Pihak II tidak dapat hadir sebagaimana yang telah ditentukan dalam jadwal yang telah disusun atau tidak sepenuhnya mematuhi persyaratan dari pasal 2 - 4 diatas, disamping hak-hak lainnya yang mungkin dimiliki oleh Pihak I, maka akan mengurangi sebesar Rp. 2.500.000,- dari imbalan yang harus dibayarkan, kecuali jika ketidakhadiran tersebut karena alasan medis sebagaimana yang dibuktikan dengan surat keterangan dari dokter yang berwenang.

8. MASA BERLAKU NYA PERJANJIAN

Perjanjian ini berlaku selama 1 (satu) tahun mulai 21 Februari 2004 sampai dengan 21 Februari 2005 dimana ditegaskan dalam perjanjian ini Pihak II (Amanda), menjadi model untuk poster Versail baik sendiri maupun dengan bintang lainnya dengan ketentuan sebagai berikut:

- 8.1 Pemasangan poster berlaku 1 (satu) tahun mulai berlaku dari tanggal sampai dengan tanggal.....
- 8.2 Pemasangan poster dapat tetap terpasang walaupun perjanjian ini telah berakhir, dimana jangka waktu pemasang poster berakhir seperti yang tercantum pada ayat 8.1.
- 8.3 Pihak I jika dianggap perlu berhak untuk memperpanjang perjanjian ini dengan cara memberitahukan kepada Pihak II paling lambat 1 (satu) minggu sebelum selesainya maupun sedang dan masih berlakunya perjanjian ini.
- 8.4 Pihak I juga memiliki hak untuk segera mengakhiri perjanjian ini dengan cara memberikan pemberitahuan kepada Pihak II jika melanggar kewajiban-kewajibannya berdasarkan pasal 3 atau 4 dari

FROM : VERSAILLES INTERNATIONAL

FAX NO. : 62 21 42870234

FEB. 05 2004 04:00PM

perjanjian ini. Dan terus menerus tidak dapat memenuhi kewajiban-kewajibannya secara tepat waktu berdasarkan pasal-pasal 1, 2, 3 atau 7 dan jika hal tersebut berlanjut setelah dikeluarkannya pemberitahuan tertulis dari Pihak I kepada Pihak II untuk memperbaiki ingkar janji tersebut.

8.5 Para pihak dengan ini melepaskan penerapan pasal 1266 dari Undang-undang Perdata Indonesia sejauh Pihak I tidak memerlukan suatu perintah dari pengadilan Indonesia untuk mengakhiri perjanjian ini.

9. TRANSPORTASI DAN KONSUMSI

Pihak I tidak diwajibkan untuk mengatur transportasi, makanan, minuman, ruang rias yang terpisah atau fasilitas atau perhatian atau perlakuan khusus lainnya bagi Pihak II berdasarkan perjanjian ini.

10. HAK MILIK (TERMASUK HAK CIPTA)

Pihak II dengan ini mengakui dan sepakat bahwa hak dan kepentingan (termasuk hak cipta) dalam pembuatan poster tersebut dan seluruh hasil dari pemotretan yang berbentuk negative/digital film maupun hasil cetak film dari hasil pemotretan tersebut, dan dalam semua bahan pemasaran dan promosi (hak cipta materi) merupakan dan tetap menjadi hak milik tunggal dari Pihak I.

Pihak I memiliki hak tunggal untuk menyiarkan, menyebarkan, memberikan izin, menjual atau menggunakan Hak Cipta Materi dengan cara lain dalam bentuk apapun baik di dalam negeri dan di luar negeri, semua pendapatan dan keuntungan yang didapat dari pemanfaatan Hak Cipta Materi selama masa hak cipta tersebut merupakan milik tunggal Pihak I.

11. PROMOSI DAN EVALUASI

Selama masa berlakunya perjanjian ini, Pihak II harus membantu, mendukung dan bekerjasama dengan Pihak I sebagaimana yang diminta oleh Pihak I dalam pemasaran dan promosi produk Versail tersebut kepada masyarakat umum.

12. PROVISI KHUSUS

Untuk masing-masing dari pemotretan Pihak I akan menyediakan kostum untuk dipergunakan oleh Pihak II, jika kostum tersebut rusak karena disebabkan oleh kesalahan Pihak I maka bersedia untuk mengganti kostum yang rusak sebagaimana ditekan untuk mengganti biaya tersebut dan akan dipotong dari imbalan Pihak II.

13. INFORMASI RAHASIA

Pihak II sepakat untuk menjaga kerahasiaan dan tidak sekalipun atau untuk alasan apapun mengungkapkan atau membiarkan diungkapkannya kepada siapapun atau memanfaatkannya (kecuali untuk melaksanakan

FROM : VERSAILLES INTERNATIONAL

FAX NO. : 62 21 42870234

FEB. 05 2004 04:01PM

Jasa konsultan dan memenuhi kewajibannya atau sebagaimana yang disetujui secara tertulis oleh Pihak I) setiap informasi yang terkait dengan program produksi dan promosi tersebut, atau urusan Pihak I yang berdasarkan sifatnya termasuk informasi rahasia, termasuk tapi tidak terbatas pada teknologi Pihak I, proses produksi, urusan bisnis dan keuangan.

Tanpa membatasi berlakunya pasal 15 secara umum Pihak II tidak akan menggunakan informasi dengan cara apapun yang dapat menyebabkan kecelakaan atau merugikan (apakah secara finansial)

14. UMUM

Perjanjian ini mencakup semua syarat dan kondisi yang disetujui oleh para pihak mengenai hal yang tercantum didalamnya dan menggantikan serta membatalkan setiap dan semua surat kesungguhan, surat menyurat, proposal, persepahaman, perjanjian, pelaksanaan dan pengaturan sebelumnya (jika ada) antara para pihak sehubungan dengan hal pokok, apakah tertulis atau lisan.

Perjanjian ini tidak dapat dirubah, ditambah atau dimodifikasi kecuali dengan instrument tertulis yang ditandatangani oleh atau atas nama masing-masing pihak.

15. HUKUM YANG BERLAKU DAN DAERAH HUKUM

Perjanjian ini harus diberlakukan dan ditafsirkan sesuai dengan hukum yang berlaku di Republik Indonesia dan para pihak dengan ini menetapkan daerah hukum non-eksklusif melalui pengadilan-pengadilan dalam wilayah Republik Indonesia.

Perjanjian ini telah dilaksanakan sebagaimana mestinya pada hari ini dan tanggal tersebut diatas.

Pihak I

PT Versailles International

Djony Widjaja

Pihak II

Orang tua dari Amanda

IKRAR

Dalam memberikan manfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara hari ini, disaksikan

Menteri Penerangan R.I. Hamoko

Konvensi Periklanan Nasional yang diselenggarakan bersama oleh
AMU (Asosiasi Perusahaan Media Luar Ruang Indonesia),
ASPINDO (Asosiasi Pemrakarsa dan Penyantuk Iklan Indonesia),
GPBSI (Gabungan Perusahaan Bioskop Seluruh Indonesia),
PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia),
PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia),
SPS (Serikat Penerbit Surat Kabar) dan
Yayasan TVRI (Yayasan Televisi Republik Indonesia *)

Dengati penuh kesungguhan menyatakan;

IKRAR

Untuk mematuhi segala ketentuan dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang Disempurnakan yang terdiri dari penambahan 24 klausul baru dalam tiga Bab lama dan 58 klausul baru dalam tiga Bab baru.

Menyadari arti pentingnya Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia tersebut, seluruh jajaran Periklanan Nasional bertanggung jawab untuk senantiasa menegakkannya dan akan menggunakan segala upaya untuk membantu Komisi Periklanan Indonesia dalam pelaksanaannya,

Jakarta, 19 Agustus 1996

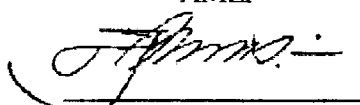
Para Pimpinan,



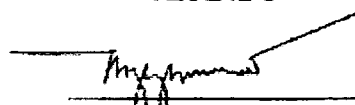
Gatot T. Ariffianto
AMLI



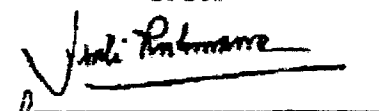
Anak Agung Cde Agung
ASPINDO



H.M. Johan Tjasmadi
GPBSI



Roes Pudjianto
PPPI



Ny. Siti Hardiyanti Rukmana
PRSSNI



Handjojo Nitimuhardjo
SPS



Drs. Aziz Husein
Yayasan TVRI

*) Sesuai SK MENPEN RI No. 111/KEP/MENPEN/1990, tentang Penyiaran Televisi di Indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa.

1. Periklanan sebagai sarana komunikasi dan pemasaran, memegang peranan penting dalam pembangunan yang dilaksanakan bangsa Indonesia.
2. Demi melindungi nilai-nilai budaya bangsa yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 serta tanggung jawab sosial, perlu ditetapkan etika periklanan yang mengatur Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Nasional.
Etika periklanan yang dimaksud harus menunjang program pembangunan nasional untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur, termasuk kemajuan dunia usaha, periklanan nasional dan media komunikasi serta kesadaran sosial masyarakat.

BAB II TATA KRAMA

ASAS-ASAS UMUM, PENERAPAN UMUM DAN PENERAPAN KHUSUS

A. ASAS-ASAS UMUM

1. Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.
2. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan merendahkan martabat negara, agama, susila, adat, budaya, suku dan golongan.
3. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

B. PENERAPAN UMUM

1. Iklan harus jujur, Bertanggung jawab dan Tidak Bertentangan dengan Hukum yang berlaku.

a. Jujur:

Iklan tidak boleh menyesatkan, antara lain dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui dan memberikan janji yang berlebihan.

b. Bertanggungjawab:

Iklan tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan dan merugikan masyarakat.

c. Bobot tanggung jawab menurut peran pelaku:

Setiap komponen Pemasar; Pengiklan, Perusahaan Periklanan dan Media Periklanan mempunyai tanggung jawab menurut peran dan bobot keterlibatan masing-masing dalam penciptaan dan penyebaran pesan-pesan iklan.

- Pengiklan; bertanggung jawab atas benarnya informasi tentang produk yang diberikan kepada Perusahaan Periklanan. Termasuk ikut memberi arah; batasan dan masukan pada pesan iklan, sehingga tidak terjadi janji yang berlebihan ('overclaim') atas kemampuan nyata produk.
- Perusahaan Periklanan; bertanggung jawab atas ketepatan unsur persuasi yang dimasukkannya dalam pesan iklan, melalui pemilihan dan pemilihan informasi yang diberikan Pengiklan, maupun dalam upaya menggali dan mendayagunakan kreativitasnya.
- Media Periklanan; bertanggung jawab atas kesepadanan antara pesan iklan yang disiarkannya dengan nilai-nilai sosial-budaya dari profil khalayak sasarannya.

d. Tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku:

Iklan harus mematuhi segala Undang-undang dan peraturan yang berlaku.

e. Tidak bertentangan dengan kode etik profesi:

Iklan yang mengandung kaitan dengan profesi tertentu harus mematuhi kode etik profesi tersebut.

f. Isi Iklan:

Kebenaran atas pernyataan atau janji mengenai suatu produk harus dapat dipertanggung-jawabkan.

g. Kesaksian Konsumen (testimonial):

- Penggunaan kesaksian konsumen harus dilengkapi dengan pernyataan tertulis yang ditanda tangani berdasarkan pengalaman yang sebenarnya.
 - Pemberi kesaksian harus telah menggunakan produk secara teratur, sekurang-kurangnya selama 1 (satu) tahun.
 - Nama dan alamat pemberi kesaksian harus diberikan secara lengkap.
- h. **Pencantuman harga:**
Jika harga suatu produk dicantumkan, maka pencantumannya harus jelas, sehingga konsumen mengetahui apa saja yang akan diperolehnya dengan harga tersebut.
- i. **Perbandingan harga:**
Jika dilakukan perbandingan harga atas suatu produk dengan produk lainnya, maka dasar perbandingan tersebut harus jelas dan dengan parameter yang sama.
- j. **Pemakaian kata "gratis" atau sejenisnya:**
Kata "gratis" atau sejenisnya tidak boleh dicantumkan dalam iklan, bila ternyata konsumen harus membayar lagi di luar biaya pengiriman yang sebenarnya. Biaya pengiriman yang akan dibebankan kepada konsumen, harus dicantumkan dengan jelas.
- k. **Janji pengembalian uang atau "warranty":**
Bila suatu iklan menjanjikan pengembalian uang ganti rugi ('warranty') untuk pembelian suatu produk yang ternyata mengecewakan konsumen, maka;
- Syarat-syarat pengembalian uang tersebut harus jelas dan lengkap dicantumkan. Antara lain batas-batas janji iklan, jenis-jenis kerusakan/kekurangan yang dijamin dan jangka waktu berlakunya pengembalian uang.
 - Pengiklan wajib mengembalikan uang konsumen sesuai syarat-syarat yang tercantum.
- l. **Janji atas jaminan mutu atau garansi:**
Jika suatu iklan menjamin mutu suatu produk, maka dasar-dasar jaminannya harus dapat dipertanggung-jawabkan.
- m. **Rasa takut/takhayul :**
Iklan tidak boleh mempermainkan rasa takut dan memanfaatkan kepercayaan orang terhadap takhayul.
- n. **Kekerasan :**
Iklan tidak boleh merangsang atau membenarkan terjadinya tindakan-tindakan kekerasan.
- o. **Keselamatan :**
Iklan tidak boleh menampilkan adegan-adegan yang mengabaikan segi-segi keselamatan, utamanya jika tidak berkaitan dengan produk yang diiklankan.
- p. **Perlindungan hak-hak pribadi :**
Iklan tidak boleh menampilkan atau melibatkan seseorang tanpa ada persetujuannya terlebih dahulu. Kecuali untuk penampilan masal atau sekedar sebagai latar belakang, sedangkan penampilan tersebut tidak merugikan.
- q. **Penggunaan anak-anak :**
Iklan yang ditujukan kepada anak-anak tidak boleh menampilkan dalam bentuk apapun hal-hal yang dianggap dapat mengganggu atau merusak jasmani dan rohani mereka, mengambil manfaat atas kemudahan percayaaan, kekurangan pengalaman atau kepolosan hati mereka.
- r. **Istilah ilmiah dan statistik :**
Iklan tidak boleh menyalahgunakan istilah-istilah ilmiah dan statistik untuk menciptakan kesan yang berlebihan.
- s. **Ketiadaan produk :**
Iklan hanya boleh dimediasi bila telah ada kepastian tentang tersedianya produk yang diiklankan tersebut.
2. **Iklan tidak boleh Menyinggung Perasaan dan/atau Merendahkan Martabat Negara, Agama, Tata Susila, Adat, Budaya, Suku dan Golongan :**
- a. **Tidak menyinggung perasaan:**

- Iklan harus berselera baik dan pantas
 - Iklan harus menggunakan bahasa yang baik dan peristilahan yang tepat.
- b. **Agama / kepercayaan Iklan**
tidak boleh merendahkan dan/atau mencemoohkan agama/kepercayaan.
 - c. **Tata susila, adat dan budaya :**
Iklan tidak boleh melanggar norma-norma tata susila, adat dan budaya bangsa.
 - d. **Suku dan golongan :**
Iklan tidak boleh menyinggung atau mempertentangkan suku/golongan.
 - e. **Pahlawan, monumen dan lambang-lambang kenegaraan :**
Iklan tidak boleh menggunakan pahlawan, monumen dan lambang-lambang kenegaraan secara tidak layak.
3. **Iklan Harus Dijiwai oleh Asas Persaingan yang Sehat.**
- a. **Penggunaan kata-kata yang berlebihan :**
Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata "ter-", "paling", "nomor satu" dan atau sejenisnya tanpa menjelaskan dalam hal apa keunggulannya itu, dan harus dapat membuktikan sumber-sumber otentik pernyataan tersebut.
 - b. **Perbandingan langsung :**
 - Iklan tidak dibenarkan mengadakan perbandingan langsung dengan menampilkan merek dan atau produk pesaing.
 - Perbandingan tidak langsung harus didasarkan pada kriteria yang tidak menyesatkan konsumen.
 - c. **Merendahkan :**
Iklan tidak boleh secara langsung ataupun tidak langsung merendahkan produk-produk lain.
 - d. **Peniruan :**
Iklan tidak boleh meniru iklan lain sedemikian rupa, sehingga menimbulkan kesan yang akan / dapat membingungkan atau menyesatkan konsumen. Peniruan tersebut meliputi merek dagang, logo, komposisi huruf dan gambar serta slogan.
- C. PENERAPAN KHUSUS**
1. **Penampilan Anak-anak :**
 - a. Iklan tidak boleh memperlihatkan anak-anak dalam adegan-adegan yang berbahaya, menyesatkan atau tidak pantas dilakukan oleh anak-anak.
 - b. Anak-anak tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk yang tidak layak dikonsumsi oleh anak-anak.
 2. **Penampilan Tenaga Profesional :**
Dokter, ahli farmasi, tenaga medis dan paramedis lain atau atribut-atribut profesinya tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk obat-obatan, alat-alat kesehatan maupun kosmetika.
 3. **Penyamaran Negara asal Produk :**
Iklan produk dalam negeri yang menggunakan model dan atau property asing dan atau lokasi luar negeri, tidak boleh menimbulkan kesan bahwa produk yang diiklankan tersebut adalah buatan luar negeri.
 4. **Dana Amal :**
Iklan yang menyebut sumbangan untuk amal harus menerangkan dengan jelas jumlah atau presentasi dana yang akan disumbangkan, serta badan sosial atau pihak yang akan menerima sumbangan.
 5. **Peluang Usaha dan Investasi :**
Iklan yang menawarkan kesempatan berusaha/investasi/pinjam-meminjam/pemodalannya, tidak boleh menyesatkan, serta harus jelas dan lengkap menyebutkan sifat dan bentuk penawarannya.
 6. **Minuman Keras :**
 - a. Iklan tidak boleh mempengaruhi atau merangsang orang untuk mulai minum minuman keras.
 - b. Iklan tidak boleh menyarankan bahwa tidak meminum minuman keras adalah hal yang tidak wajar.
 - c. Iklan tidak boleh menggambarkan penggunaan minuman keras dalam kegiatan-kegiatan yang dapat membahayakan keselamatan.
 - d. Iklan minuman keras tidak boleh menampilkan ataupun ditujukan terhadap

anak-anak di bawah usia 16 tahun dan atau wanita hamil.

- e. Iklan minuman keras tidak boleh dimuat pada media periklanan yang khalayak sasaran utamanya adalah anak-anak di bawah usia 16 tahun.

7. Rokok :

- a. Iklan tidak boleh mempengaruhi atau merangsang orang untuk mulai merokok.
- b. Iklan tidak boleh menyarankan bahwa tidak merokok adalah hal yang tidak wajar.
- c. Iklan tidak boleh menggambarkan orang merokok dalam kegiatan-kegiatan yang dapat membahayakan keselamatan.
- d. Iklan rokok tidak boleh menampilkan ataupun ditujukan terhadap anak-anak di bawah usia 16 tahun dan atau wanita hamil.
- e. Iklan rokok tidak boleh dimuat pada media periklanan yang khalayak sasaran utamanya adalah anak-anak di bawah usia 16 tahun.

8. Pesanan Lewat Pos :

- a. Pengiklan harus mencantumkan alamatnya dengan jelas dan lengkap, sehingga dapat dihubungi pada jam-jam kerja.
- b. Syarat-syarat pembayaran dan penukaran / pengembalian barang harus secara jelas dan lengkap dicantumkan dalam iklan atau katalog yang dirujuk oleh iklan tersebut.

9. Real Estate :

- a. Iklan Real Estate (perumahan, rumah susun, perkantoran dan sebagainya) hanya dapat dimediasi jika telah memperoleh seluruh izin yang diperlukan dari yang berwenang, serta bebas dari tuntutan oleh pihak manapun.
- b. Syarat-syarat pembayaran, lokasi, status tanah dan bangunan harus jelas dan lengkap dicantumkan dalam iklan atau katalog yang dirujuk oleh iklan tersebut.
- c. Informasi dasar :
Rincian jumlah, waktu dan cara pembayaran harus jelas dicantumkan dalam iklan atau katalog yang dirujuk oleh iklan tersebut, sehingga konsumen mengetahui hak dan kewajibannya.

10. Obat-obatan :

- a. Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui Departemen Kesehatan RI.
- b. Iklan tidak boleh menggunakan kata/ungkapan/penggambaran yang menjanjikan penyembuhan dari sesuatu penyakit, selain hanya membantu menghilangkan gejalanya.
- c. Iklan tidak boleh menggambarkan atau menimbulkan kesan pemberian advis, rekomendasi atau keterangan tentang penggunaan obat tertentu oleh dokter, perawat, tenaga kesehatan lain, ahli farmasi, rumah sakit ataupun atribut-atribut profesi medis lainnya.
- d. Iklan harus memperhatikan keamanan dari penggunaan obat-obat yang diiklankan, terutama terhadap anak-anak.
- e. Iklan tidak boleh menganjurkan pemakaian suatu obat secara berlebihan.
- f. Iklan tidak boleh menganjurkan bahwa suatu obat merupakan syarat mutlak untuk mempertahankan kesehatan tubuh.
- g. Iklan tidak boleh memanipulasi rasa takut seseorang terhadap sesuatu penyakit karena tidak menggunakan obat yang diiklankan.
- h. Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti "aman", "tidak berbahaya", "bebas risiko" dan sebagainya, tanpa keterangan yang lengkap.
- i. Iklan tidak boleh menawarkan diagnosa. Pengobatan atau perawatan melalui surat-menyurat harus dihindarkan.
- j. Iklan tidak boleh menawarkan pengembalian uang ('warranty').

11. Pengobatan

Jasa-jasa pengobatan dan perawatan, termasuk klinik-klinik spesialis tidak boleh diiklankan, kecuali merupakan pengumuman tentang buka, tutup dan pindah praktek, sesuai dengan Kode Etik Profesi masing-masing.

12. Vitamin/Mineral :

- a. Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui oleh Departemen Kesehatan RI.

- b. Iklan tidak boleh menyatakan / memberi kesan bahwa vitamin / mineral selalu dibutuhkan untuk melengkapi makanan yang sudah sempurna nilai gizinya.
- c. Iklan tidak boleh menyatakan/memberi kesan bahwa penggunaan vitamin/mineral adalah syarat mutlak bagi semua orang.
- d. Iklan tidak boleh menyatakan bahwa kesehatan, kegairahan dan kecantikan akan dapat diperoleh hanya dari penggunaan vitamin atau mineral.
- e. Iklan tidak boleh mengandung pernyataan tentang peningkatan kemampuan seks secara langsung atau tidak langsung.

13. Kosmetika :

- a. Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui oleh Departemen Kesehatan RI.
- b. Iklan tidak boleh menjanjikan hasil mutlak seketika, bila penggunaan kosmetika tersebut harus dilakukan secara teratur dan terus menerus.

BAB III TATA CARA

HUBUNGAN ANTAR UNSUR YANG BERKEPENTINGAN DALAM PERIKLANAN

A. PELAKU PERIKLANAN DAN PEMERINTAH

Periklanan tidak boleh bertentangan dengan segala peraturan perundangan yang berlaku.

B. PELAKU PERIKLANAN DAN KONSUMEN

1. Penerapan Umum

- 1. Pelaku periklanan wajib menyadari, bahwa upaya melindungi konsumen merupakan bagian integral dari proses, perwujudan dan penyebar-luasan iklan.
- 2. Pelaku periklanan wajib menyadari, bahwa iklan yang tidak baik atau tidak benar dapat berdampak lebih negatif bagi konsumen yang berpendidikan rendah atau berpenghasilan rendah.
- 3. Konsunien wajib menyadari, bahwa sikap kritis dan terbuka merupakan kunci utama untuk tercapainya periklanan yang sehat, jujur dan bertanggung-jawab.
- 4. Konsumen wajib menyadari, bahwa pemanfaatan periklanan untuk memperoleh hasil usaha yang wajar, merupakan hak bagi para pelaku periklanan.

2. Penerapan Khusus

Dalam mengiklankan sesuatu produk, pelaku periklanan wajib memperhatikan dan menghormati hak-hak dasar konsumen, yaitu:

- a. Perlindungan keselamatan atas pemanfaatan sesuatu produk.
- b. Mendahulukan kebutuhan pokok daripada kebutuhan sampingan.
- c. Memperoleh informasi secara jelas dan lengkap.
- d. Memilih produk atau merek tertentu.
- e. Memperoleh lingkungan hidup yang sehat.
- f. Didengar keluhan dan sarannya.

C. PENGIKLAN DAN PERUSAHAAN PERIKLANAN

- 1. Pengiklan wajib memberi keterangan yang benar dan lengkap kepada Perusahaan Periklanan mengenai produk yang akan diiklankan.
- 2. Ikatan kerja antara pihak, dianjurkan untuk ditetapkan dalam suatu surat perjanjian.
- 3. Dalam melayani Pengiklan, Perusahaan Periklanan tidak dibenarkan melayani Pengiklan lain yang memasarkan produk sejenis, kecuali dengan persetujuan tertulis dari para Pengiklan dimaksud.
- 4. Perusahaan Periklanannya dalam batas termasuk biaya-biaya lain yang tersebut dalam rangka kegiatan periklanannya, seperti pembuatan naskah iklan, foto, model dan sebagainya.
- 5. Perusahaan Periklanan wajib memiliki data lengkap tentang Media, agar dapat memberi usulan yang layak dalam pemilihan Media kepada Pengiklannya.

Data ini sekurang-kurangnya meliputi :

- a. Untuk media cetak :
Oplah, profil pembaca, teknik cetak, kala cetak dan tarif iklan.

- b. Untuk media elektronik :
Acara, jam serta frekuensi siaran, profit pendengar/pemirsa dan tarif iklan.
- c. Untuk media bioskop :
Jam pertunjukkan, kapasitas tempat duduk, golongan bioskop dan tarif iklan.
- d. Untuk media luar ruang :
Lokasi, kepadatan lalu lintas, jangka waktu pengurusan serta berlakunya izin.
- 6. Pengiklan berhak meninjau kembali penggunaan anggaran untuk setiap kampanye periklanan.
- 7. Semua materi periklanan yang dibuat Perusahaan Periklanan, jika telah dilunasi oleh Pengiklan, adalah milik Pengiklan.
- 8. Perusahaan Periklanan wajib memegang teguh dan bertanggung jawab atas kerahasiaan segala informasi dan kegiatan periklanan dari produk yang ditanganinya.
- 9. Perusahaan Periklanan wajib secara jujur menjelaskan kepada Pengiklan, pelaksanaan atas pembayaran iklan-iklan yang dimediakannya, disertai bukti-bukti.

D. MEDIA, REKANAN DAN PEMESAN

1. Penerapan Umum

- a. Tarif iklan yang berlaku harus ditaati oleh Pemesan.
- b. Perubahan tarif iklan wajib diberitahukan Media secara tertulis dan dalam tenggang waktu yang layak.
- c. Segala ketentuan pemasangan iklan wajib diberitahukan Media secara tertulis dan dalam tenggang waktu yang layak.
- d. Perjanjian antara Perusahaan Periklanan dan atau Pengiklan dengan Media harus dikukuhkan dalam ikatan kontrak yang sah.
- e. Komisi optimal, untuk dan atas nama Pengiklan, dapat diberikan kepada Perusahaan Periklanan yang menjadi anggota asosiasi yang diakui Pemerintah.
- f. Komisi pribadi tidak boleh diterimakan kepada karyawan Pengiklan, Perusahaan Periklanan ataupun Media.
- g. Penyimpangan dari pesanan harus diselesaikan sendiri antara Pemesan dengan Media yang bersangkutan.
- h. Pemantauan atas penyiaran/pemuatan/pemasangan iklan wajib dilakukan Perusahaan Periklanan sebagai pelayanan terhadap Pengiklannya.
- i. Dokumen pertanggung jawaban mengenai pelaksanaan penyiaran iklan wajib diserahkan Media kepada Pemesan sesuai jadwal yang telah disepakati.
- j. Pembayaran atas waktu/ruang/lokasi iklan wajib dilakukan Pemesan sesuai jadwal/domisili yang sudah disepakati oleh para pihak. Jumlah pembayaran tersebut harus sudah mencakup segala pajak yang berlaku.
- k. Monopoli waktu/ruang/lokasi iklan untuk tujuan apapun yang merugikan pihak lain tidak dibenarkan.
- l. Hak pemasangan iklan, jika dilakukan melalui Perusahaan Periklanan, hanya dimiliki oleh Perusahaan Periklanan yang beroperasi secara sah di Indonesia.
- m. Menuntut perolehan iklan, disertai ancaman dalam bentuk apapun oleh Media, tidak dibenarkan.

2. Penerapan Khusus

1. Media Cetak :

- a. Jadwal dan frekuensi terbit harus dipegang teguh untuk memenuhi tanggung jawab Media kepada pembaca maupun Pemesan iklan, kecuali dalam keadaan tidak dapat dihindarkan ('force majeure').
- b. Angka dan distribusi tiras harus dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta hendaknya dapat diuji, untuk membantu para Pemesan.
- c. Mutu reproduksi teknis, baik untuk bahan iklan maupun redaksional, harus dijaga setinggi mungkin. Hasil reproduksi yang ternyata di bawah standar mutu yang disepakati sebelumnya, perlu dimusyawarahkan untuk mencapai mufakat.

- d. Penggantian iklan yang salah dipasang akibat kelalaian Media, wajib diulang pemuatannya tanpa dipungut pembayaran, atau diselesaikan menurut kesepakatan sebelumnya antara Pemesan dengan Media.
- e. Kejelasan tampilan antara iklan dengan ruang redaksional wajib dilakukan Media. Iklan yang dapat dianggap sebagai bagian dari redaksional oleh pembaca, termasuk sisipan dan suplemen, harus ditandai dengan label "Iklan No ..." dengan ukuran huruf yang tidak lebih kecil dari 10 point, tanpa berusaha menyembunyikannya.

2. Media Radio :

- a. Panjang iklan harus memenuhi standar tertentu, agar para Pemesan dapat memuat iklan dengan panjang yang baku untuk setiap stasiun.
- b. Acara dan jadwal harus diudarakan sesuai dengan diumumkannya, kecuali jika ada gangguan teknis yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure'). Dalam hal demikian, stasiun radio yang bersangkutan harus memberitahukan kepada Pemesan pada kesempatan pertama.
- c. Profil dan jumlah pendengar sebaiknya dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta hendaknya dapat diuji, diverifikasi atau diaudit oleh lembaga yang bertanggung jawab.
- d. Tarif iklan, waktu iklan khusus dan segala bentuk potongan harga harus diumumkan secara jujur dan benar. Pelaksanaan hal-hal tersebut harus diberlakukan seragam kepada setiap pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang mewakilinya.
- e. Bunyi atau efek bunyi iklan tidak boleh terdengar tidak pantas atau menimbulkan kesan yang menakutkan.
- f. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi siaran iklan di bawah standar mutu yang disetujui bersama perlu dirundingkan. Ketidak-sempurnaan penyiaran iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, dan dengan persetujuan Pemesan.
- g. Persetujuan penyiaran suatu iklan perlu diperoleh terlebih dahulu dari pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang terkait, sebelum Media melaksanakan penyiaran iklan dimaksud.
- h. Ketentuan bagi media elektronik lain, mengikuti segala ketentuan yang berlaku bagi media radio.

3. Media Televisi :

- a. Panjang iklan harus memenuhi standar tertentu, agar para Pemesan dapat memuat iklan dengan panjang yang baku untuk setiap stasiun.
- b. Acara dan jadwal harus diudarakan sesuai dengan diumumkannya, kecuali jika ada gangguan teknis yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure'). Dalam hal demikian, stasiun televisi yang bersangkutan harus memberitahukan kepada Pemesan pada kesempatan pertama.
- c. Profil dan jumlah pemirsa sebaiknya dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta bendaknya dapat diuji, diverifikasi atau diaudit oleh lembaga yang bertanggung jawab.
- d. Tarif iklan, waktu iklan khusus dan segala bentuk potongan harga harus diumumkan secara jujur dan benar. Pelaksanaan hal-hal tersebut harus diberlakukan seragam kepada setiap Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang mewakilinya.
- e. Gambar dan bunyi tidak boleh tampil secara tidak pantas atau menimbulkan kesan yang menakutkan.
- f. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi maupun ketidak-sempurnaan penyiaran iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, dan dengan persetujuan Pemesan.
- g. Persetujuan penyiaran sesuatu iklan perlu diperoleh terlebih dahulu dari pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang terkait, sebelum Media melaksanakan penyiaran iklan dimaksud.
- h. Ketentuan bagi media elektronik lain, mengikuti segala ketentuan yang

berlaku bagi media televisi.

4. Media Bioskop :

- a. Panjang iklan harus memenuhi standar tertentu, agar para Pemesan dapat memuat iklan dengan panjang yang baku untuk setiap bioskop.
- b. Acara dan Jadwal harus diudarakan sesuai dengan diumumkannya, kecuali jika ada gangguan teknis yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure'). Dalam hal demikian, bioskop yang bersangkutan harus memberitahukan kepada Pemesan pada kesempatan pertama.
- c. Profil dan jumlah penonton sebaiknya dinyatakan secara benar, jelas dan lengkap, serta hendaknya dapat diuji, diverifikasi atau diaudit oleh lembaga yang bertanggung jawab.
- d. Tarif iklan, waktu iklan khusus dan segala bentuk potongan harga harus diumumkan secara jujur dan benar. Pelaksanaan hal-hal tersebut harus diberlakukan seragam kepada setiap Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang mewakilinya.
- e. Gambar dan bunyi tidak boleh tampil secara tidak pantas atau menimbulkan kesan yang menakutkan.
- f. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi maupun ketidak-sempumaan penyiaran iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, dan dengan persetujuan Pemesan.
- g. Persetujuan penyiaran sesuatu iklan perlu diperoleh terlebih dahulu dari pihak Pengiklan atau Perusahaan Periklanan yang terkait, sebelum Media melaksanakan penyiaran iklan dimaksud.
- h. Ketentuan bagi media elektronik lain, mengikuti segala ketentuan yang berlaku bagi media televisi.

5. Media Luar Ruang :

- a. Lokasi dan jadwal pemasangan harus dipegang teguh untuk memenuhi tanggung jawabnya kepada Pemesan, kecuali dalam keadaan yang tidak dapat dihindarkan ('force majeure').
- b. Riset mengenai profil jumlah khalayak sasaran dan kondisi lalu lintas setempat serta data penunjang lain, wajib disediakan oleh Media.
- c. Mutu teknis konstruksi maupun bidang iklan harus dibuat setinggi mungkin, atau sesuai dengan standar yang berlaku menurut peraturan daerah setempat.
- d. Ketidak-sempumaan pemasangan iklan akibat kelalaian Media, wajib diulang tanpa dipungut pembayaran, atau sesuai perjanjian antar pihak.

6. Model atau Agennya :

Substansi suatu perjanjian perlu disepakati terlebih dahulu oleh pihak pengguna dengan Model yang bersangkutan atau agennya, atau pihak lain yang dikuasakannya. Substansi perjanjian dimaksud, sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut :

- a. Produk dan merek yang menggunakan.
- b. Jenis media kampanye yang menampilkan diri atau identitasnya.
- c. Jadwal dan perkiraan lama pemotretan/rekaman.
- d. Imbalan, menurut jenis, jumlah dan jadwal pembayarannya.
- e. Segala kewajiban yang harus dilaksanakan Model.
- f. Pajak penghasilan yang timbul atas imbalan yang diberikan oleh pengguna menjadi tanggung jawab Model.
- g. Eksklusivitas pemeranan hanya pada suatu jenis produk selama masa perjanjian, menjadi tanggung jawab Model.
- h. Khusus Model anak-anak, harus disertai persetujuan orang tua/walinya.

7. Griya Film (Film Production House) :

- a. Izin usaha yang sah harus dimiliki oleh Griya Film yang hendak melakukan hubungan usaha dengan Pemesan.
- b. Penawaran harga produksi suatu film (iklan maupun semi dokumenter) harus diajukan terlebih dahulu oleh Griya Film berdasarkan 'briefing' dan

permintaan resmi Pemesan yang dilampiri 'script' dan atau 'story board' yang telah disepakati, serta segala hal yang berhubungan dengan cerita, model, lokasi, 'properties' dan sebagainya.

- c. Izin produksi dan beban pajak yang timbul dalam proses film tersebut menjadi tanggung jawab Griya Film dan menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan penawaran harga yang diajukannya.
- d. Ikatan kerja antara Griya Film dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut :
 - i. Kesanggupan Griya Film untuk melaksanakan dan menyelesaikan produksi film tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - iii. Hak atas pemilikan dan tanggung jawab penyimpanan hasil produksi.
 - iv. Persyaratan atas pesanan 'bulk copies'.
- e. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun keahlian memproduksi film, menjadi tanggung jawab Griya Film.
- f. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
- g. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Griya Film hingga iklan tersebut disiarkan.

8. Griya Swara ('Audio Production House') :

- a. Izin usaha harus dimiliki oleh Griya Audio yang hendak melakukan hubungan usaha dengan Pemesan.
- b. Penawaran harga produksi suatu audio harus diajukan terlebih dahulu oleh Griya Audio berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan yang dilampiri naskah, serta segala hal yang berhubungan dengan cerita, model, lokasi, 'properties' dan sebagainya.
- c. Izin dan beban pajak yang timbul dalam proses produksi audio tersebut menjadi tanggung jawab Griya Swara dan menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan penawaran harga yang diajukannya.
- d. Ikatan kerja antara Griya Swara dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut:
 - i. Kesanggupan Griya Swara untuk melaksanakan dan menyelesaikan produksi audio tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - iii. Hak atas pemilikan dan tanggung jawab penyimpanan hasil produksi.
 - iv. Persyaratan atas pesanan 'bulk copies'.
- e. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian memproduksi audio, menjadi tanggung jawab Griya Audio.
- f. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
- g. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Griya Audio hingga iklan tersebut disiarkan.

9. Perusahaan Percetakan :

- a. Izin usaha yang sah harus dimiliki oleh Perusahaan Percetakan yang hendak melakukan hubungan dengan Pemesan.
- b. Penawaran harga produksi suatu barang cetakan (iklan maupun semi dokumenter) harus diajukan terlebih dahulu oleh Perusahaan Percetakan berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan mengenai segala hal yang berhubungan dengan pekerjaan pencetakan tersebut.
- c. Izin produksi dan beban pajak yang timbul dalam proses produksi barang cetakan tersebut menjadi tanggung jawab perusahaan percetakan dan menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan

penawaran harga yang diajukannya.

- d. Ikatan kerja antara Perusahaan Percetakan dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut:
 - i. Kesanggupan Perusahaan Percetakan untuk melaksanakan dan menyelesaikan pesanan tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
- e. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian mencetak, menjadi tanggung-jawab Perusahaan Percetakan.
- f. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
- g. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Perusahaan Percetakan hingga barang cetakan tersebut disiarkan.

10. Fotografer :

- a. Penawaran harga produksi suatu foto harus diajukan terlebih dahulu oleh Fotografer berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan mengenai segala hal yang berhubungan dengan pekerjaan memotret tersebut.
- b. Ikatan kerja antara Fotografer dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup hal-hal sebagai berikut :
 - i. Kesanggupan Fotografer untuk melaksanakan dan menyelesaikan pesanan pemotretan tersebut.
 - ii. Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
 - iii. Hak atas pemilikan dan tanggung-jawab penyimpanan hasil produksi.
 - iv. Persyaratan atas pesanan 'bulk copies'.
- c. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian memotret, menjadi tanggung jawab Fotografer.
- d. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
- e. Kerahasiaan atas pesanan kerja Pemesan wajib dipegang Fotografer hingga foto tersebut disiarkan.

11. Rekanan (Supplier) lain :

- a. Izin usaha yang sah harus dimiliki oleh Rekanan yang hendak melakukan hubungan usaha dengan Pemesan.
- b. Penawaran harga produksi suatu barang cetakan (iklan maupun semi dokumenter) harus diajukan terlebih dahulu oleh Perusahaan Percetakan berdasarkan 'briefing' dan permintaan resmi Pemesan mengenai segala hal yang berhubungan dengan pesanan.
- c. Ikatan kerja antara Rekanan dengan Pemesan harus dikukuhkan dengan suatu perjanjian yang sekurang-kurangnya mencakup :
 - Kesanggupan Rekanan untuk melaksanakan dan menyelesaikan pesanan tersebut.
 - Persyaratan yang dikehendaki Pemesan dan jangka waktu penyelesaian.
- d. Perbaikan-perbaikan yang mungkin timbul akibat kesalahan teknis ataupun yang bersifat keahlian Rekanan, menjadi tanggung-jawab Rekanan.
- e. Komisi dan rabat harus seluruhnya diterimakan kepada Pemesan sebagai suatu badan usaha, tidak sebagai pribadi.
- f. Rekanan wajib memegang teguh kerahasiaan segala informasi dan pesanan kerja Pemesan, hingga pesanan tersebut disiarkan.

**BAB IV
PENERAPAN DAN PROSEDUR PENGAWASAN**

A. ASAS-ASAS PENGAWASAN

1. Pengertian Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, harus ditafsirkan baik dalam kerangka isi, maupun dalam kaitan semangat dan jiwanya.
2. Pelaksanaan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dilakukan oleh setiap pelaku periklanan nasional, baik sebagai perorangan, maupun sebagai organisasi atau badan usaha.
3. Penegakkan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, dilakukan oleh setiap komponen periklanan nasional, yaitu para asosiasi Pengiklan, Perusahaan Periklanan, media, serta yang menghimpun berbagai industri dan jasa penunjang periklanan lainnya.
4. Pengawasan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dilakukan oleh Komisi Periklanan Indonesia.
5. Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia ini tidak bertentangan dengan kode etik masing-masing asosiasi atau serikat dari komponen periklanan nasional.

B. PENERAPAN PENGAWASAN

1. Asosiasi komponen periklanan nasional, wajib menegur anggotanya yang terbukti melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
2. Asosiasi dapat langsung menjatuhkan sanksi bagi anggotanya yang dianggap melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
3. Asosiasi komponen periklanan nasional dapat meminta campur tangan Komisi Periklanan Indonesia untuk menyelesaikan pelanggaran Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang dilakukan oleh anggotanya.
4. Komisi Periklanan Indonesia dapat mengubah bentuk atau bobot sanksi yang akan dijatuhkan oleh asosiasi komponen periklanan nasional terhadap anggotanya.
5. Komisi Periklanan Nasional dapat menjadi penengah dalam hal terjadi perselisihan mengenai Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia antara para anggota dari asosiasi yang berbeda, ataupun antara para asosiasi itu sendiri.
6. Komisi Periklanan Indonesia atas permohonan salah satu anggota asosiasi komponen periklanan nasional, dapat memberi pengesahan atas naskah atau materi iklan yang oleh salah satu pihak, diragukan keabsahannya dalam hal Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
7. Komisi Periklanan Indonesia dapat memberi rekomendasi tertentu kepada Dewan Pers, instansi Pemerintah, ataupun lembaga-lembaga negara terkait mengenai pelaksanaan, penegakkan dan pengawasan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.
8. Komisi periklanan wajib secara berkala melakukan pembinaan ke dalam dan mengupayakan perbaikan demi terlaksananya Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

C. PROSEDUR PENGAWASAN

1. Informasi pelanggaran diperoleh Komisi Periklanan Indonesia baik dari hasil pemantauan atas iklan-iklan yang sudah disiarkan/dimuat/dipasang, maupun dari laporan berbagai pihak.
2. Iklan yang mengandung unsur idiologi non-Pancasila, subversif atau SARA akan langsung diperintahkan untuk dihentikan penyiaran/pemuatan/pemasangannya.
3. Iklan yang secara jelas melanggar Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia akan langsung diminta untuk dihentikan penyiaran/pemuatan/pemasangannya dengan diberi batas waktu tertentu.
4. Iklan yang hanya diduga melakukan pelanggaran Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, akan dibahas oleh Komisi Periklanan, Indonesia untuk:
 - a. Mendengar penjelasan dan memperoleh bukti-bukti pelengkap dari pihak yang terlibat.
 - b. Menghimpun informasi dan bukti tambahan dari sumber atau pihak lain.
 - c. memutuskan untuk :
 - Mengizinkan iklan tersebut seperti apa adanya.
 - Atau mengenakan sesuatu sanksi.
5. Komisi Periklanan Indonesia dapat menghimbau asosiasi komponen periklanan nasional terkait untuk dikenakan bentuk dan bobot sanksi lain terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam pelanggaran Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

BAB V

BOBOT PELANGGARAN DAN PENGENAAN SANKSI

A. BOBOT PELANGGARAN

1. Bobot pelanggaran terhadap Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia ditentukan secara klausul, dan dengan melihat bobot peran dari masing-masing pihak yang terlibat.
2. Bobot peran atau besarnya keterlibatan masing-masing pihak didasarkan pada peringkat pemrakarsa atau "otak" pelanggaran, pelaksana pelanggaran dan pembantu pelanggaran.

B. PENGENAAN SANKSI

1. Bentuk sanksi terhadap pelanggaran memiliki bobot dan tahapan, sebagai berikut:
 - a. Peringatan Pelanggaran
 - b. Perintah Pencabutan/Penghentian
 - c. Rekomendasi Sanksi
2. Penyampaian sanksi dilakukan secara tertulis dengan mencantumkan jenis pelanggaran dan rujukannya yang digunakan, disertai alasan atau bukti-buktinya.
3. Rentang waktu, untuk setiap tahapan, jika dikenakan pentahapan atas sanksi dimaksud adalah 12 (dua belas) hari kerja.
4. Karena alasan-alasan tertentu, Komisi Periklanan Indonesia dapat mengubah pemberlakuan rentang waktu sebagaimana dimaksud butir 3 Bab ini.
5. Peningkatan sanksi ke bobot yang lebih berat akan dilakukan, jika setelah 2 (dua) kali penyampaian, pihak-pihak yang terlibat tetap tidak mengindahkannya.
6. Distribusi penyampaian sanksi pada setiap bobot atau tahap pelanggaran adalah sebagai berikut:
 - a. Peringatan Pelanggaran ; hanya kepada pihak pelanggar dan asosiasi terkait.
 - b. Perintah Pencabutan/Penghentian ; kepada pihak pelanggar, asosiasi terkait, serta media yang bersangkutan.
 - c. Rekomendasi Sanksi ; kepada pihak pelanggar, asosiasi dan media yang bersangkutan, maupun kepada Dewan Pers dan atau instansi Pemerintah terkait.

PENGERTIAN-PENGERTIAN POKOK

1. **Anak-anak**
ialah kelompok orang di bawah usia 12 tahun, kecuali dinyatakan lain.
2. **Fotografer**
ialah perorangan atau badan usaha yang memiliki keahlian untuk membuat potret untuk iklan.
3. **Griya Film**
ialah perusahaan / badan yang mempunyai organisasi dan keahlian untuk membuat film untuk iklan.
4. **Griya Suara**
ialah perusahaan/badan yang mempunyai organisasi dan keahlian memproduksi rekaman audio untuk iklan.
5. **Iklan**
ialah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.
6. **Khalayak**
ialah pembaca, pemirsa, pendengar atau penonton sesuatu media periklanan.
7. **Komponen Periklanan Nasional**
ialah asosiasi atau serikat anggota Komisi Periklanan Indonesia.
8. **Konsumen**
ialah pengguna produk dan atau penerima pesan iklan.
9. **Media**
ialah sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan iklan kepada khalayak, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, papan iklan, pos langsung, petunjuk penjualan,

selebaran, pengantar penawaran, halaman kuning, alat peraga dan sebagainya.

10. **Minuman Keras**
ialah semua jenis minuman beralkohol yang bukan obat.
11. **Model**
ialah seseorang yang memainkan peran atau mencerminkan suatu peran dalam iklan. Peran tersebut dapat berupa gambar/foto, suara dan/atau pandang-dengar (film/video/audio-visual).
12. **Obat**
ialah segala produk yang dimaksud Ketentuan Umum Pasal 1 pada Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI. No: 125/Kab/B. VII/71 tanggal 9 juni 1971, termasuk penjelasan, tambahan ataupun penggantinya.
13. **Pelaku**
ialah Pengiklan, Perusahaan Periklanan atau Media.
14. **Pemesan**
ialah pembeli ruang/waktu/lokasi sesuatu media periklanan atau pembeli jasa penunjang lain dibidang industri periklanan.
15. **Pengiklan**
ialah pemrakarsa dan pengguna jasa periklanan.
16. **Periklanan**
ialah seluruh proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan penyampaian iklan.
17. **Perusahaan Percetakan**
ialah suatu badan usaha yang bergerak dibidang cetak-mencetak dalam arti yang seluasnya untuk keperluan periklanan.
18. **Perusahaan Periklanan**
ialah suatu perusahaan jasa perencanaan, pembuatan dan pengaturan serta pengawasan penyampaian iklan untuk kepentingan Pengiklan, dengan menerima imbalan untuk jasa yang diberikannya tersebut.

Perusahaan Periklanan harus bersifat usaha yang independen dan bertanggung-jawab dalam melayani para pelanggannya. Mempunyai hak berusaha secara sah di wilayah Republik Indonesia, sesuai peraturan Pemerintah yang berlaku.

Struktur organisasinya harus minimal terdiri dari tiga bagian teknis periklanan, yaitu:

- a. Bagian Bina Usaha,
- b. Bagian Bina Cipta dan Produksi,
- c. Bagian Media,

dan sedikitnya mempunyai seorang ahli dibidang teknis periklanan pada masing-masing bagian tersebut.

Perusahaan Periklanan harus mempunyai alamat kantor yang jelas dan dalam hal terjadi perubahan alamat, harus segera memberitahukan kepada para mitra kerjanya.

19. **Produk**
ialah segala sesuatu yang diiklankan, meliputi barang, jasa, gagasan, peristiwa atau fasilitas.
20. **Rekanan Lain**
ialah perorangan atau badan usaha yang atas permintaan Pemesan, memproduksi produk atau jasa lain untuk iklan.

LAMPIRAN - 1

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN YANG TERKAIT

Tatanan hukum yang ada saat ini akan menyidik dan menuntut pelaku pelanggaran hukum di bidang periklanan sama dengan dalam kasus-kasus pelanggaran hukum lainnya, dengan memberi bobot tertentu terhadap pemrakarsa atau *otak*, *pelaku utama* dan *yang membantu* terjadinya pelanggaran tersebut.

Dalam kasus-kasus periklanan, pelanggaran atas peraturan-peraturan yang dapat langsung dituduhkan kepada pelaku, baik secara perdata maupun secara pidana, adalah sebagai berikut :

1. Hukum Perdata (KU PERDATA/BW)

1. Pasal 1473 BW;
Si penjual diwajibkan menyatakan dengan tegas untuk apa ia mengikatkan dirinya; segala janji yang tidak terang dan dapat diberikan berbagai pengertian, harus ditafsirkan untuk kerugiannya.
2. Pasal 1474 BW;
Penjual mempunyai dua kewajiban utama, yaitu menyerahkan barangnya dan menanggungnya.
3. Pasal 1491 BW;
Penanggungan yang menjadi kewajiban penjual terhadap pembeli, adalah untuk menjamin dua hal, yaitu pertama penguasaan benda yang dijual secara aman dan tentram; kedua terhadap adanya cacat-cacat barang tersebut yang tersembunyi atau yang sedemikian rupa hingga menerbitkan alasan pembatalan pembeliannya.
4. Pasal 1504 BW;
 - o *Si penjual diwajibkan menanggung cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yang membuat barang itu tak sanggup untuk pemakaian yang dimaksudkan, atau yang sedemikian mengurangi pemakaian itu sehingga seandainya si pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak membeli barangnya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.*

2. Hukum Pidana (KUHPIDANA)

1. Pasal 382 Bis ;
Barang siapa melakukan sesuatu perbuatan menipu untuk mengelirukan orang banyak atau seseorang, yang tertentu dengan maksud akan mendirikan atau membesarkan hasil perdagangan atau perusahaannya sendiri atau kepunyaan orang lain, dihukum karena persaingan curang, dengan hukuman penjara selama-lamanya satu tahun empat bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp. 13.500,- jika hal itu dapat menimbulkan saingannya sendiri atau saingan orang lain.
2. Pasal 386 Ayat (1) ;
Barang siapa menjual, menawarkan atau menyerahkan barang makanan atau minuman atau obat, sedang diketahuinya barang-barang itu dipalsukan atau kepalsuan itu disembunyikan, dihukum penjara selama-lamanya empat tahun.

3. Undang-undang Pokok Pers

Selain ketentuan-ketentuan di atas, khusus untuk media pers, hukum dapat pula mengacu pada Undang-undang No. 11 Tahun 1996 tentang ketentuan-ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 4 Tahun 1967 dan Undang-undang No. 21 tahun 1982, khususnya pada pasal 15, dan lebih khusus lagi pada Ayat-ayat sebagai berikut :

1. Ayat (1) ;
Pemimpin Umum bertanggungjawab atas keseluruhan penerbitan baik ke dalam maupun ke luar.
2. Ayat (4) ;
Pemimpin Redaksi dapat memindahkan pertanggung jawabannya terhadap hukum mengenai sesuatu tulisan kepada anggota redaksi yang lain atau kepada penulisnya yang bersangkutan.

(Catatan : Ketentuan tentang pemindahan pertanggungjawaban sebagaimana dimaksud dalam Ayat (4) di atas bersifat ke dalam, atau intern perusahaan).

4. Undang-undang Kesehatan dan Surat Keputusan Bersama

Khusus yang menyangkut periklanan produk produk kesehatan, landasan umum untuk pengaturan, pengendalian dan pengawasannya tertuang dalam *Undang undang Kesehatan No. 23 Tahun 1992, Tentang Kesehatan*, yang antara lain berbunyi ;

" ... penundaan dan informasi sediaan farmasi dan alat-alat kesehatan harus memenuhi persyaratan obyektivitas dan kelengkapan, serta tidak menyesatkan... "

Selain itu, pembinaan juga mengacu pada :

- a. Surat Keputusan Bersama (SKB) antara Menteri Penerangan dan Menteri Kesehatan No. 252/Menkes/SKB/VII/1980, No. 122/Kep/Menpen/1980, tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap iklan Obat, Makanan, Kosmetika dan Alat Kesehatan.
- b. Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 193/Kab/B. VII. 71 Tentang Pembungkusan dan penandaan Obat.
- c. Surat Keputusan No. 02823/A/SK/XI/90 Tentang Kriteria Terperinci, Kelengkapan dan Tata Laksana Pendaftaran Obat jadi.

Dari SKB antara Menteri Kesehatan dan Menteri Penerangan ditetapkan, bahwa pengawasan materi iklan secara umum pada media massa, dilaksanakan oleh Departemen Penerangan, sedangkan Departemen Kesehatan melaksanakan pengawasan materi iklan melalui kriteria teknis medis dan etis.

Dalam prakteknya, pengaturan periklanan dilakukan bersama antar instansi dan lembaga, maupun dengan organisasi profesi terkait, dengan memperhatikan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

LAMPIRAN - 2

KOMISI PERIKLANAN INDONESIA

1. Pendahuluan

Sesuai dengan kesepakatan para komponen periklanan nasional, tugas, fungsi dan tanggung jawab Komisi Periklanan Indonesia antara lain, adalah untuk membina kehidupan dan pertumbuhan periklanan nasional yang sehat dan bertanggung jawab, sehingga sebagaimana dimaksud oleh Keputusan Sidang Dewan Pers XXXVIII tanggal 30 Juli - 1 Agustus 1993, tentang pemantapan tugas, peran dan tanggung jawab Komisi Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, serta pengembangannya menjadi Komisi Periklanan Indonesia.

Dalam menjalankan tugas yang dipercayakan oleh Dewan Pers tersebut, Komisi Periklanan Indonesia, dengan tulus ikhlas, dengan segala daya cipta, dengan segala daya upaya dan segala daya guna akan menyumbangkan segala tenaga dan pikirannya untuk membantu Dewan Pers dalam mengusahakan terselenggaranya periklanan nasional yang :

- | | | |
|---------------|---|--|
| Idial | : | Secara aktif, positif dan kreatif menghidupkan dan mengembangkan periklanan yang berbudaya dan bertanggung jawab, soalan dengan dan semangat ketentuan-ketentuan Undang-undang No. 21 Tahun 1 tentang perubahan atas Undang-undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 4 Tahun 1967 beserta semuanya Peraturan Pelaksana lainnya. |
| Struktural | : | Merupakan lembaga pelaksana Dewan Pers dalam mengembangkan periklanan yang efektif dan efisien, menghidupi, serta menunjang pengembangan media massa dan segenap industri penunjang perik lainnya secara keseluruhan. |
| Organisatoris | : | Sehat, baik secara kelembagaan, maupun dalam hubungan antar pa komponen pendukungnya. |
| Berlandaskan | : | Asas-asas 1. Musyawarah, toleransi dan keterbukaan. 2. Mengutamakan kepentingan periklanan nasional di atas kepentingan kelompok, daei dan perorangan. 3. menjadikan kepentingan nasional sebagai pangk tolak pembinaan periklanan nasional. |

2. Kelembagaan Komisi

1. Komisi Periklanan Indonesia, untuk selanjutnya dalam Lampiran ini disebut Komisi, adalah suatu lembaga independen non-Pemerintah yang dibentuk oleh dan dari masyarakat Periklanan Indonesia, untuk menghimpun, menyalurkan, mengembangkan dan mendaya-gunakan seluruh aset periklanan nasional, baik untuk

kepentingan masyarakat periklanan sendiri, maupun untuk kepentingan seluruh masyarakat Indonesia.

2. Lembaga sebagaimana dimaksud dalam butir 2.1. di atas merupakan federasi dari para asosiasi usaha dan profesi, baik sebagai Pengiklan, perusahaan periklanan media periklanan, maupun sebagai usaha dan profesi penunjang industri periklanan. Dengan demikian, Anggota Komisi adalah asosiasi-asosiasi pendukung Komisi, yaitu:

- a. AMLI Asosiasi Perusahaan Media Luar-Ruang Indonesia
- b. ASPINDO Asosiasi Pemrakarsa dan Penyantun Iklan Indonesia
- c. GPBSI Gabungan Perusahaan Bioskop Seluruh Indonesia
- d. PPPI Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia
- e. PRSSNI Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia
- f. SPS Serikat Penerbit Surat kabar
- g. Yayasan TVRI Yayasan Televisi Republik Indonesia

3. Organisasi Komisi terdiri dari :

- a. Presidium Komisi ; sebagai lembaga tertinggi Komisi, yang memberi arahan dan menetapkan kebijaksanaan umum Komisi.
- b. Badan-badan Pelengkap Komisi ; sebagai pelaksana operasional dari fungsi, tugas dan kewajiban Komisi.

4. Semua keputusan Komisi yang ditetapkan secara aklamasi oleh Presidium Komisi bersifat mengikat bagi setiap asosiasi pendukungnya, namun pelaksanaannya harus dilakukan dengan selalu mengindahkan kepentingan para asosiasi terkait.

3. Fungsi, Tugas dan Kewajiban

1. Dalam rangka memenuhi fungsi, tugas dan kewajiban Komisi menyusun berbagai kebijaksanaan untuk pembinaan periklanan nasional, kebijaksanaan ini sekurang-kurangnya menyangkut tiga aspek, yaitu :
 - a. Pemantapan kondisi berusaha dan bersaing yang sehat bagi setiap komponen pendukungnya.
 - b. Pengembangan profesionalisme yang setinggi-tingginya bagi para pelaku periklanan nasional.
 - c. Pemantapan tanggung jawab etika yang berakar dari nilai-nilai budaya bangsa, bagi seluruh anggota masyarakat Periklanan Indonesia.
2. Untuk melaksanakan dan mengawasi seluruh kebijaksanaannya, Komisi dapat melakukan penerapan sanksi terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam pelanggaran, melalui badan-badan pelengkap dan atau Anggotanya.

UU RI nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 23 TAHUN 2002**

TENTANG

PERLINDUNGAN ANAK

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang :

- a. bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia menjamin kesejahteraan tiap-tiap warga negaranya, termasuk perlindungan terhadap hak anak yang merupakan hak asasi manusia;
- b. bahwa anak adalah amanah dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, yang dalam dirinya melekat harkat dan martabat sebagai manusia seutuhnya;
- c. bahwa anak adalah tunas, potensi, dan generasi muda penerus cita-cita perjuangan bangsa, memiliki peran strategis dan mempunyai ciri dan sifat khusus yang menjamin kelangsungan eksistensi bangsa dan negara pada masa depan;
- d. bahwa agar setiap anak kelak mampu memikul tanggung jawab tersebut, maka ia perlu mendapat kesempatan yang seluas-luasnya untuk tumbuh dan berkembang secara optimal, baik fisik, mental maupun sosial, dan berakhlak mulia, perlu dilakukan upaya perlindungan serta untuk mewujudkan kesejahteraan anak dengan memberikan jaminan terhadap pemenuhan hak-haknya serta adanya perlakuan tanpa diskriminasi;
- e. bahwa untuk mewujudkan perlindungan dan kesejahteraan anak diperlukan dukungan kelembagaan dan peraturan perundang-undangan yang dapat menjamin pelaksanaannya;
- f. bahwa berbagai undang-undang hanya mengatur hal-hal tertentu mengenai anak dan secara khusus belum mengatur keseluruhan aspek yang berkaitan dengan perlindungan anak;
- g. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut pada huruf a, b, c, d, e, dan f perlu ditetapkan Undang-undang tentang Perlindungan Anak;

Mengingat :

1. Pasal 20, Pasal 20A ayat (1), Pasal 21, Pasal 28B ayat (2), dan Pasal 34 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-undang Nomor 4 Tahun 1979 tentang Kesejahteraan Anak (Lembaran Negara Tahun 1979 Nomor 32, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3143);
3. Undang-undang Nomor 7 Tahun 1984 tentang Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (Convention on The Elimination of all Forms of Discrimination Against Women) (Lembaran Negara Tahun 1984 Nomor 29, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3277);
4. Undang-undang Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengadilan Anak (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 3, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3668);
5. Undang-undang Nomor 4 Tahun 1997 tentang Penyandang Cacat (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 9, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3670);
6. Undang-undang Nomor 20 Tahun 1999 tentang Pengesahan ILO Convention No. 138 Concerning Minimum Age for Admission to Employment (Konvensi ILO mengenai Usia Minimum untuk Diperbolehkan Bekerja) (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 56, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3835);
7. Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3886);
8. Undang-undang Nomor 1 Tahun 2000 tentang Pengesahan ILO Convention No. 182 Concerning The Prohibition and Immediate Action for The Elimination of The Worst Forms of Child Labour (Konvensi ILO No. 182 mengenai Pelarangan dan Tindakan Segera Penghapusan Bentuk-bentuk Pekerjaan Terburuk untuk Anak) (Lembaran Negara Tahun 2000 Nomor 30, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3941);

Dengan persetujuan :

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN ANAK.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan :

1. Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.
2. Perlindungan anak adalah segala kegiatan untuk menjamin dan melindungi anak dan hak-haknya agar dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi, secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi.
3. Keluarga adalah unit terkecil dalam masyarakat yang terdiri dari suami istri, atau suami istri dan anaknya, atau ayah dan anaknya, atau ibu dan anaknya, atau keluarga sedarah dalam garis lurus ke atas atau ke bawah sampai dengan derajat ketiga.
4. Orang tua adalah ayah dan/atau ibu kandung, atau ayah dan/atau ibu tiri, atau ayah dan/atau ibu angkat.
5. Wali adalah orang atau badan yang dalam kenyataannya menjalankan kekuasaan asuh sebagai orang tua terhadap anak.
6. Anak terlantar adalah anak yang tidak terpenuhi kebutuhannya secara wajar, baik fisik, mental, spiritual, maupun sosial.
7. Anak yang menyandang cacat adalah anak yang mengalami hambatan fisik dan/atau mental sehingga mengganggu pertumbuhan dan perkembangannya secara wajar.
8. Anak yang memiliki keunggulan adalah anak yang mempunyai kecerdasan luar biasa, atau memiliki potensi dan/atau bakat istimewa.
9. Anak angkat adalah anak yang haknya dialihkan dari lingkungan kekuasaan keluarga orang tua, wali yang sah, atau orang lain yang bertanggung jawab atas perawatan, pendidikan, dan membesarkan anak tersebut, ke dalam lingkungan keluarga orang tua angkatnya berdasarkan putusan atau penetapan pengadilan.
10. Anak asuh adalah anak yang diasuh oleh seseorang atau lembaga, untuk diberikan bimbingan, pemeliharaan, perawatan, pendidikan, dan kesehatan, karena orang tuanya atau salah satu orang tuanya tidak mampu menjamin tumbuh kembang anak secara wajar.
11. Kuasa asuh adalah kekuasaan orang tua untuk mengasuh, mendidik,

- memelihara, membina, melindungi, dan menumbuhkembangkan anak sesuai dengan agama yang dianutnya dan kemampuan, bakat, serta minatnya.
12. Hak anak adalah bagian dari hak asasi manusia yang wajib dijamin, dilindungi, dan dipenuhi oleh orang tua, keluarga, masyarakat, pemerintah, dan negara.
13. Masyarakat adalah perseorangan, keluarga, kelompok, dan organisasi sosial dan/atau organisasi kemasyarakatan.
14. Pendamping adalah pekerja sosial yang mempunyai kompetensi profesional dalam bidangnya.
15. Perlindungan khusus adalah perlindungan yang diberikan kepada anak dalam situasi darurat, anak yang berhadapan dengan hukum, anak dari kelompok minoritas dan terisolasi, anak yang dieksploitasi secara ekonomi dan/atau seksual, anak yang diperdagangkan, anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya (napza), anak korban penculikan, penjualan, perdagangan, anak korban kekerasan baik fisik dan/atau mental, anak yang menyandang cacat, dan anak korban perlakuan salah dan penelantaran.
16. Setiap orang adalah orang perseorangan atau korporasi.
17. Pemerintah adalah Pemerintah yang meliputi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

BAB II

ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Penyelenggaraan perlindungan anak berasaskan Pancasila dan berlandaskan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 serta prinsip-prinsip dasar Konvensi Hak-Hak Anak meliputi :

- a. non diskriminasi;
- b. kepentingan yang terbaik bagi anak;
- c. hak untuk hidup, kelangsungan hidup, dan perkembangan; dan
- d. penghargaan terhadap pendapat anak.

Pasal 3

Perlindungan anak bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak-hak anak agar dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi, demi terwujudnya anak Indonesia yang berkualitas, berakhlak mulia, dan sejahtera.

BAB III

HAK DAN KEWAJIBAN ANAK

Pasal 4

Setiap anak berhak untuk dapat hidup, tumbuh, berkembang, dan berpartisipasi secara wajar sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan, serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi.

Pasal 5

Setiap anak berhak atas suatu nama sebagai identitas diri dan status kewarganegaraan.

Pasal 6

Setiap anak berhak untuk beribadah menurut agamanya, berpikir, dan berekspresi sesuai dengan tingkat kecerdasan dan usianya, dalam bimbingan orang tua.

Pasal 7

(1) Setiap anak berhak untuk mengetahui orang tuanya, dibesarkan, dan diasuh oleh orang tuanya sendiri.

(2) Dalam hal karena suatu sebab orang tuanya tidak dapat menjamin tumbuh kembang anak, atau anak dalam keadaan terlantar maka anak tersebut berhak diasuh atau diangkat sebagai anak asuh atau anak angkat oleh orang lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 8

Setiap anak berhak memperoleh pelayanan kesehatan dan jaminan sosial sesuai dengan kebutuhan fisik, mental, spiritual, dan sosial.

Pasal 9

- (1) Setiap anak berhak memperoleh pendidikan dan pengajaran dalam rangka pengembangan pribadinya dan tingkat kecerdasannya sesuai dengan minat dan bakatnya.
- (2) Selain hak anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), khusus bagi anak yang menyandang cacat juga berhak memperoleh pendidikan luar biasa, sedangkan bagi anak yang memiliki keunggulan juga berhak mendapatkan pendidikan khusus.

Pasal 10

Setiap anak berhak menyatakan dan didengar pendapatnya, menerima, mencari, dan memberikan informasi sesuai dengan tingkat kecerdasan dan usianya demi pengembangan dirinya sesuai dengan nilai-nilai kesusilaan dan kepatutan.

Pasal 11

Setiap anak berhak untuk beristirahat dan memanfaatkan waktu luang, bergaul dengan anak yang sebaya, bermain, berekreasi, dan berkreasi sesuai dengan minat, bakat, dan tingkat kecerdasannya demi pengembangan diri.

Pasal 12

Setiap anak yang menyandang cacat berhak memperoleh rehabilitasi, bantuan sosial, dan pemeliharaan taraf kesejahteraan sosial.

Pasal 13

(1) Setiap anak selama dalam pengasuhan orang tua, wali, atau pihak lain mana pun yang bertanggung jawab atas pengasuhan, berhak mendapat perlindungan dari perlakuan:

- a. diskriminasi;
- b. eksploitasi, baik ekonomi maupun seksual;
- c. penelantaran;
- d. kekerasan, kekerasan, dan penganiayaan;
- e. ketidakadilan; dan
- f. perlakuan salah lainnya.

(2) Dalam hal orang tua, wali atau pengasuh anak melakukan segala bentuk

perlakuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), maka pelaku dikenakan pemberatan hukuman.

Pasal 14

Setiap anak berhak untuk diasuh oleh orang tuanya sendiri, kecuali jika ada alasan dan/atau aturan hukum yang sah menunjukkan bahwa pemisahan itu adalah demi kepentingan terbaik bagi anak dan merupakan pertimbangan terakhir.

Pasal 15

Setiap anak berhak untuk memperoleh perlindungan dari :

- a. penyalahgunaan dalam kegiatan politik;
- b. pelibatan dalam sengketa bersenjata;
- c. pelibatan dalam kerusuhan sosial;
- d. pelibatan dalam peristiwa yang mengandung unsur kekerasan; dan
- e. pelibatan dalam peperangan.

Pasal 16

- (1) Setiap anak berhak memperoleh perlindungan dari sasaran penganiayaan, penyiksaan, atau penjatuhan hukuman yang tidak manusiawi.
- (2) Setiap anak berhak untuk memperoleh kebebasan sesuai dengan hukum.
- (3) Penangkapan, penahanan, atau tindak pidana penjara anak hanya dilakukan apabila sesuai dengan hukum yang berlaku dan hanya dapat dilakukan sebagai upaya terakhir.

Pasal 17

- (1) Setiap anak yang dirampas kebebasannya berhak untuk :
 - a. mendapatkan perlakuan secara manusiawi dan penempatannya dipisahkan dari orang dewasa;
 - b. memperoleh bantuan hukum atau bantuan lainnya secara efektif dalam setiap tahapan upaya hukum yang berlaku; dan
 - c. membela diri dan memperoleh keadilan di depan pengadilan anak yang objektif dan tidak memihak dalam sidang tertutup untuk umum.

- (2) Setiap anak yang menjadi korban atau pelaku kekerasan seksual atau yang berhadapan dengan hukum berhak dirahasiakan.

Pasal 18

Setiap anak yang menjadi korban atau pelaku tindak pidana berhak mendapatkan bantuan hukum dan bantuan lainnya.

Pasal 19

Setiap anak berkewajiban untuk :

- a. menghormati orang tua, wali, dan guru;
- b. mencintai keluarga, masyarakat, dan menyayangi teman;
- c. mencintai tanah air, bangsa, dan negara;
- d. menunaikan ibadah sesuai dengan ajaran agamanya; dan
- e. melaksanakan etika dan akhlak yang mulia.

BAB IV

KEWAJIBAN DAN TANGGUNG JAWAB

Bagian Kesatu

Umum

Pasal 20

Negara, pemerintah, masyarakat, keluarga, dan orang tua berkewajiban dan bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan perlindungan anak.

Bagian Kedua

Kewajiban dan Tanggung Jawab Negara dan Pemerintah

Pasal 21

Negara dan pemerintah berkewajiban dan bertanggung jawab menghormati dan menjamin hak asasi setiap anak tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, jenis kelamin, etnik, budaya dan bahasa, status hukum anak, urutan kelahiran anak, dan kondisi fisik dan/atau mental.

Pasal 22

Negara dan pemerintah berkewajiban dan bertanggung jawab memberikan dukungan sarana dan prasarana dalam penyelenggaraan perlindungan anak.

Pasal 23

(1) Negara dan pemerintah menjamin perlindungan, pemeliharaan, dan kesejahteraan anak dengan memperhatikan hak dan kewajiban orang tua, wali, atau orang lain yang secara hukum bertanggung jawab terhadap anak.

(2) Negara dan pemerintah mengawasi penyelenggaraan perlindungan anak.

Pasal 24

Negara dan pemerintah menjamin anak untuk mempergunakan haknya dalam menyampaikan pendapat sesuai dengan usia dan tingkat kecerdasan anak.

Bagian Ketiga

Kewajiban dan Tanggung Jawab Masyarakat

Pasal 25

Kewajiban dan tanggung jawab masyarakat terhadap perlindungan anak dilaksanakan melalui kegiatan peran masyarakat dalam penyelenggaraan perlindungan anak.

Bagian Keempat

Kewajiban dan Tanggung Jawab Keluarga dan Orang Tua

Pasal 26

(1) Orang tua berkewajiban dan bertanggung jawab untuk :

a. mengasuh, memelihara, mendidik, dan melindungi anak;

b. menumbuhkembangkan anak sesuai dengan kemampuan, bakat, dan minatnya;
dan

c. mencegah terjadinya perkawinan pada usia anak-anak.

(2) Dalam hal orang tua tidak ada, atau tidak diketahui keberadaannya, atau karena suatu sebab, tidak dapat melaksanakan kewajiban dan tanggung jawabnya, maka kewajiban dan tanggung jawab sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat beralih kepada keluarga, yang dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB V

KEDUDUKAN ANAK

Bagian Kesatu

Identitas Anak

Pasal 27

- (1) Identitas diri setiap anak harus diberikan sejak kelahirannya.
- (2) Identitas sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dituangkan dalam akta kelahiran.
- (3) Pembuatan akta kelahiran didasarkan pada surat keterangan dari orang yang menyaksikan dan/atau membantu proses kelahiran.
- (4) Dalam hal anak yang proses kelahirannya tidak diketahui, dan orang tuanya tidak diketahui keberadaannya, pembuatan akta kelahiran untuk anak tersebut didasarkan pada keterangan orang yang menemukannya.

Pasal 28

- (1) Pembuatan akta kelahiran menjadi tanggung jawab pemerintah yang dalam pelaksanaannya diselenggarakan serendah-rendahnya pada tingkat kelurahan/desa.
- (2) Pembuatan akta kelahiran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus diberikan paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal diajukannya permohonan.

(3) Pembuatan akta kelahiran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak dikenai biaya.

(4) Ketentuan mengenai tata cara dan syarat-syarat pembuatan akta kelahiran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diatur dengan peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Anak yang Dilahirkan dari Perkawinan Campuran

Pasal 29

(1) Jika terjadi perkawinan campuran antara warga negara Republik Indonesia dan warga negara asing, anak yang dilahirkan dari perkawinan tersebut berhak memperoleh kewarganegaraan dari ayah atau ibunya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(2) Dalam hal terjadi perceraian dari perkawinan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), anak berhak untuk memilih atau berdasarkan putusan pengadilan, berada dalam pengasuhan salah satu dari kedua orang tuanya.

(3) Dalam hal terjadi perceraian sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), sedangkan anak belum mampu menentukan pilihan dan ibunya berkewarganegaraan Republik Indonesia, demi kepentingan terbaik anak atau atas permohonan ibunya, pemerintah berkewajiban mengurus status kewarganegaraan Republik Indonesia bagi anak tersebut.

BAB VI

KUASA ASUH

Pasal 30

(1) Dalam hal orang tua sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26, melalaikan kewajibannya, terhadapnya dapat dilakukan tindakan pengawasan atau kuasa asuh orang tua dapat dicabut.

(2) Tindakan pengawasan terhadap orang tua atau pencabutan kuasa asuh sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan melalui penetapan pengadilan.

Pasal 31

- (1) Salah satu orang tua, saudara kandung, atau keluarga sampai derajat ketiga, dapat mengajukan permohonan ke pengadilan untuk mendapatkan penetapan pengadilan tentang pencabutan kuasa asuh orang tua atau melakukan tindakan pengawasan apabila terdapat alasan yang kuat untuk itu.
- (2) Apabila salah satu orang tua, saudara kandung, atau keluarga sampai dengan derajat ketiga, tidak dapat melaksanakan fungsinya, maka pencabutan kuasa asuh orang tua sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat juga diajukan oleh pejabat yang berwenang atau lembaga lain yang mempunyai kewenangan untuk itu.
- (3) Penetapan pengadilan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat menunjuk orang perseorangan atau lembaga pemerintah/masyarakat untuk menjadi wali bagi yang bersangkutan.
- (4) Perseorangan yang melaksanakan pengasuhan anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) harus seagama dengan agama yang dianut anak yang akan diasuhnya.

Pasal 32

Penetapan pengadilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 ayat (3) sekurang-kurangnya memuat ketentuan :

- a. tidak memutuskan hubungan darah antara anak dan orang tua kandungnya;
- b. tidak menghilangkan kewajiban orang tuanya untuk membiayai hidup anaknya; dan
- c. batas waktu pencabutan.

BAB VII

PERWALIAN

Pasal 33

- (1) Dalam hal orang tua anak tidak cakap melakukan perbuatan hukum, atau tidak diketahui tempat tinggal atau keberadaannya, maka seseorang atau badan hukum yang memenuhi persyaratan dapat ditunjuk sebagai wali dari anak yang bersangkutan.
- (2) Untuk menjadi wali anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan melalui penetapan pengadilan.

- (3) Wali yang ditunjuk sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) agamanya harus sama dengan agama yang dianut anak.
- (4) Untuk kepentingan anak, wali sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) wajib mengelola harta milik anak yang bersangkutan.
- (5) Ketentuan mengenai syarat dan tata cara penunjukan wali sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 34

Wali yang ditunjuk berdasarkan penetapan pengadilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, dapat mewakili anak untuk melakukan perbuatan hukum, baik di dalam maupun di luar pengadilan untuk kepentingan yang terbaik bagi anak.

Pasal 35

- (1) Dalam hal anak belum mendapat penetapan pengadilan mengenai wali, maka harta kekayaan anak tersebut dapat diurus oleh Balai Harta Peninggalan atau lembaga lain yang mempunyai kewenangan untuk itu.
- (2) Balai Harta Peninggalan atau lembaga lain sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) bertindak sebagai wali pengawas untuk mewakili kepentingan anak.
- (3) Pengurusan harta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) harus mendapat penetapan

Pasal 36

- (1) Dalam hal wali yang ditunjuk ternyata di kemudian hari tidak cakap melakukan perbuatan hukum atau menyalahgunakan kekuasaannya sebagai wali, maka status perwaliannya dicabut dan ditunjuk orang lain sebagai wali melalui penetapan pengadilan.
- (2) Dalam hal wali meninggal dunia, ditunjuk orang lain sebagai wali melalui penetapan pengadilan.

BAB VIII

PENGASUHAN DAN PENGANGKATAN ANAK

Bagian Kesatu

Pengasuhan Anak

Pasal 37

- (1) Pengasuhan anak ditujukan kepada anak yang orang tuanya tidak dapat menjamin tumbuh kembang anaknya secara wajar, baik fisik, mental, spiritual, maupun sosial.
- (2) Pengasuhan anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan oleh lembaga yang mempunyai kewenangan untuk itu.
- (3) Dalam hal lembaga sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) berlandaskan agama, anak yang diasuh harus yang seagama dengan agama yang menjadi landasan lembaga yang bersangkutan.
- (4) Dalam hal pengasuhan anak dilakukan oleh lembaga yang tidak berlandaskan agama, maka pelaksanaan pengasuhan anak harus memperhatikan agama yang dianut anak yang bersangkutan.
- (5) Pengasuhan anak oleh lembaga dapat dilakukan di dalam atau di luar Panti Sosial.
- (6) Perseorangan yang ingin berpartisipasi dapat melalui lembaga-lembaga sebagaimana dimaksud dalam ayat (3), ayat (4), dan ayat (5).

Pasal 38

- (1) Pengasuhan anak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37, dilaksanakan tanpa membedakan suku, agama, ras, golongan, jenis kelamin, etnik, budaya dan bahasa, status hukum anak, urutan kelahiran anak, dan kondisi fisik dan/atau mental.
- (2) Pengasuhan anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diselenggarakan melalui kegiatan bimbingan, pemeliharaan, perawatan, dan pendidikan secara berkesinambungan, serta dengan memberikan bantuan biaya dan/atau fasilitas lain, untuk menjamin tumbuh kembang anak secara optimal, baik fisik, mental, spiritual maupun sosial, tanpa mempengaruhi agama yang dianut anak.

Bagian Kedua

Pengangkatan Anak

Pasal 39

- (1) Pengangkatan anak hanya dapat dilakukan untuk kepentingan yang terbaik

bagi anak dan dilakukan berdasarkan adat kebiasaan setempat dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- (2) Pengangkatan anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), tidak memutuskan hubungan darah antara anak yang diangkat dan orang tua kandungnya.
- (3) Calon orang tua angkat harus seagama dengan agama yang dianut oleh calon anak angkat.
- (4) Pengangkatan anak oleh warga negara asing hanya dapat dilakukan sebagai upaya terakhir.
- (5) Dalam hal asal usul anak tidak diketahui, maka agama anak disesuaikan dengan agama mayoritas penduduk setempat.

Pasal 40

- (1) Orang tua angkat wajib memberitahukan kepada anak angkatnya mengenai asal usulnya dan orang tua kandungnya.
- (2) Pemberitahuan asal usul dan orang tua kandungnya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan memperhatikan kesiapan anak yang bersangkutan.

Pasal 41

- (1) Pemerintah dan masyarakat melakukan bimbingan dan pengawasan terhadap pelaksanaan pengangkatan anak.
- (2) Ketentuan mengenai bimbingan dan pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

BAB IX

PENYELENGGARAAN PERLINDUNGAN

Bagian Kesatu

Agama

Pasal 42

- (1) Setiap anak mendapat perlindungan untuk beribadah menurut agamanya.
- (2) Sebelum anak dapat menentukan pilihannya, agama yang dipeluk anak

mengikuti agama orang tuanya.

Pasal 43

- (1) Negara, pemerintah, masyarakat, keluarga, orang tua, wali, dan lembaga sosial menjamin perlindungan anak dalam memeluk agamanya.
- (2) Perlindungan anak dalam memeluk agamanya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) meliputi pembinaan, pembimbingan, dan pengamalan ajaran agama bagi anak.

Bagian Kedua

Kesehatan

Pasal 44

- (1) Pemerintah wajib menyediakan fasilitas dan menyelenggarakan upaya kesehatan yang komprehensif bagi anak, agar setiap anak memperoleh derajat kesehatan yang optimal sejak dalam kandungan.
- (2) Penyediaan fasilitas dan penyelenggaraan upaya kesehatan secara komprehensif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) didukung oleh peran serta masyarakat.
- (3) Upaya kesehatan yang komprehensif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) meliputi upaya promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif, baik untuk pelayanan kesehatan dasar maupun rujukan.
- (4) Upaya kesehatan yang komprehensif sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselenggarakan secara cuma-cuma bagi keluarga yang tidak mampu.
- (5) Pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) disesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 45

- (1) Orang tua dan keluarga bertanggung jawab menjaga kesehatan anak dan merawat anak sejak dalam kandungan.
- (2) Dalam hal orang tua dan keluarga yang tidak mampu melaksanakan tanggung jawab sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), maka pemerintah wajib memenuhinya.
- (3) Kewajiban sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), pelaksanaannya dilakukan

sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 46

Negara, pemerintah, keluarga, dan orang tua wajib mengusahakan agar anak yang lahir terhindar dari penyakit yang mengancam kelangsungan hidup dan/atau menimbulkan kecacatan.

Pasal 47

(1) Negara, pemerintah, keluarga, dan orang tua wajib melindungi anak dari upaya transplantasi organ tubuhnya untuk pihak lain.

(2) Negara, pemerintah, keluarga, dan orang tua wajib melindungi anak dari perbuatan :

- a. pengambilan organ tubuh anak dan/atau jaringan tubuh anak tanpa memperhatikan kesehatan anak;
- b. jual beli organ dan/atau jaringan tubuh anak; dan
- c. penelitian kesehatan yang menggunakan anak sebagai objek penelitian tanpa seizin orang tua dan tidak mengutamakan kepentingan yang terbaik bagi anak.

Bagian Ketiga

Pendidikan

Pasal 48

Pemerintah wajib menyelenggarakan pendidikan dasar minimal 9 (sembilan) tahun untuk semua anak.

Pasal 49

Negara, pemerintah, keluarga, dan orang tua wajib memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada anak untuk memperoleh pendidikan.

Pasal 50

Pendidikan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 48 diarahkan pada :

- a. pengembangan sikap dan kemampuan kepribadian anak, bakat, kemampuan mental dan fisik sampai mencapai potensi mereka yang optimal;

- b. pengembangan penghormatan atas hak asasi manusia dan kebebasan asasi;
- c. pengembangan rasa hormat terhadap orang tua, identitas budaya, bahasa dan nilai-nilainya sendiri, nilai-nilai nasional di mana anak bertempat tinggal, dari mana anak berasal, dan peradaban-peradaban yang berbeda-beda dari peradaban sendiri;
- d. persiapan anak untuk kehidupan yang bertanggung jawab; dan
- e. pengembangan rasa hormat dan cinta terhadap lingkungan hidup.

Pasal 51

Anak yang menyandang cacat fisik dan/atau mental diberikan kesempatan yang sama dan aksesibilitas untuk memperoleh pendidikan biasa dan pendidikan luar biasa.

Pasal 52

Anak yang memiliki keunggulan diberikan kesempatan dan aksesibilitas untuk memperoleh pendidikan khusus.

Pasal 53

(1) Pemerintah bertanggung jawab untuk memberikan biaya pendidikan dan/atau bantuan cuma-cuma atau pelayanan khusus bagi anak dari keluarga kurang mampu, anak terlantar, dan anak yang bertempat tinggal di daerah terpencil.

(2) Pertanggungjawaban pemerintah sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) termasuk pula mendorong masyarakat untuk berperan aktif.

Pasal 54

Anak di dalam dan di lingkungan sekolah wajib dilindungi dari tindakan kekerasan yang dilakukan oleh guru, pengelola sekolah atau teman-temannya di dalam sekolah yang bersangkutan, atau lembaga pendidikan lainnya.

Bagian Keempat

Sosial

Pasal 55

(1) Pemerintah wajib menyelenggarakan pemeliharaan dan perawatan anak

terlantar, baik dalam lembaga maupun di luar lembaga.

(2) Penyelenggaraan pemeliharaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat dilakukan oleh lembaga masyarakat.

(3) Untuk menyelenggarakan pemeliharaan dan perawatan anak terlantar, lembaga pemerintah dan lembaga masyarakat, sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dapat mengadakan kerja sama dengan berbagai pihak yang terkait.

(4) Dalam hal penyelenggaraan pemeliharaan dan perawatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3), pengawasannya dilakukan oleh Menteri Sosial.

Pasal 56

(1) Pemerintah dalam menyelenggarakan pemeliharaan dan perawatan wajib mengupayakan dan membantu anak, agar anak dapat :

- a. berpartisipasi;
- b. bebas menyatakan pendapat dan berpikir sesuai dengan hati nurani dan agamanya;
- c. bebas menerima informasi lisan atau tertulis sesuai dengan tahapan usia dan perkembangan anak;
- d. bebas berserikat dan berkumpul;
- e. bebas beristirahat, bermain, berekreasi, berkreasi, dan berkarya seni budaya; dan
- f. memperoleh sarana bermain yang memenuhi syarat kesehatan dan keselamatan.

(2) Upaya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dikembangkan dan disesuaikan dengan usia, tingkat kemampuan anak, dan lingkungannya agar tidak menghambat dan mengganggu perkembangan anak.

Pasal 57

Dalam hal anak terlantar karena suatu sebab orang tuanya melalaikan kewajibannya, maka lembaga sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55, keluarga, atau pejabat yang berwenang dapat mengajukan permohonan ke pengadilan untuk menetapkan anak sebagai anak terlantar.

Pasal 58

(1) Penetapan pengadilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 sekaligus

menetapkan tempat penampungan, pemeliharaan, dan perawatan anak terlantar yang bersangkutan.

(2) Pemerintah atau lembaga yang diberi wewenang wajib menyediakan tempat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Bagian Kelima

Perlindungan Khusus

Pasal 59

Pemerintah dan lembaga negara lainnya berkewajiban dan bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak dalam situasi darurat, anak yang berhadapan dengan hukum, anak dari kelompok minoritas dan terisolasi, anak tereksplotasi secara ekonomi dan/atau seksual, anak yang diperdagangkan, anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya (napza), anak korban penculikan, penjualan dan perdagangan, anak korban kekerasan baik fisik dan/atau mental, anak yang menyandang cacat, dan anak korban perlakuan salah dan penelantaran.

Pasal 60

Anak dalam situasi darurat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 terdiri atas :

- a. anak yang menjadi pengungsi;
- b. anak korban kerusuhan;
- c. anak korban bencana alam; dan
- d. anak dalam situasi konflik bersenjata.

Pasal 61

Perlindungan khusus bagi anak yang menjadi pengungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 60 huruf a dilaksanakan sesuai dengan ketentuan hukum humaniter.

Pasal 62

Perlindungan khusus bagi anak korban kerusuhan, korban bencana, dan anak dalam situasi konflik bersenjata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 60 huruf b, huruf c, dan huruf d, dilaksanakan melalui :

- a. pemenuhan kebutuhan dasar yang terdiri atas pangan, sandang, pemukiman,

pendidikan, kesehatan, belajar dan berekreasi, jaminan keamanan, dan persamaan perlakuan; dan

b. pemenuhan kebutuhan khusus bagi anak yang menyandang cacat dan anak yang mengalami gangguan psikososial.

Pasal 63

Setiap orang dilarang merekrut atau memeralat anak untuk kepentingan militer dan/atau lainnya dan membiarkan anak tanpa perlindungan jiwa.

Pasal 64

(1) Perlindungan khusus bagi anak yang berhadapan dengan hukum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 meliputi anak yang berkonflik dengan hukum dan anak korban tindak pidana, merupakan kewajiban dan tanggung jawab pemerintah dan masyarakat.

(2) Perlindungan khusus bagi anak yang berhadapan dengan hukum sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan melalui :

a. perlakuan atas anak secara manusiawi sesuai dengan martabat dan hak-hak anak;

b. penyediaan petugas pendamping khusus anak sejak dini;

c. penyediaan sarana dan prasarana khusus;

d. penjatuhan sanksi yang tepat untuk kepentingan yang terbaik bagi anak;

e. pemantauan dan pencatatan terus menerus terhadap perkembangan anak yang berhadapan dengan hukum;

f. pemberian jaminan untuk mempertahankan hubungan dengan orang tua atau keluarga; dan

g. perlindungan dari pemberitaan identitas melalui media massa dan untuk menghindari labelisasi.

(3) Perlindungan khusus bagi anak yang menjadi korban tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan melalui :

a. upaya rehabilitasi, baik dalam lembaga maupun di luar lembaga;

b. upaya perlindungan dari pemberitaan identitas melalui media massa dan untuk menghindari labelisasi;

- c. pemberian jaminan keselamatan bagi saksi korban dan saksi ahli, baik fisik, mental, maupun sosial; dan
- d. pemberian aksesibilitas untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan perkara.

Pasal 65

- (1) Perlindungan khusus bagi anak dari kelompok minoritas dan terisolasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 dilakukan melalui penyediaan prasarana dan sarana untuk dapat menikmati budayanya sendiri, mengakui dan melaksanakan ajaran agamanya sendiri, dan menggunakan bahasanya sendiri.
- (2) Setiap orang dilarang menghalang-halangi anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) untuk menikmati budayanya sendiri, mengakui dan melaksanakan ajaran agamanya, dan menggunakan bahasanya sendiri tanpa mengabaikan akses pembangunan masyarakat dan budaya.

Pasal 66

- (1) Perlindungan khusus bagi anak yang dieksploitasi secara ekonomi dan/atau seksual sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 merupakan kewajiban dan tanggung jawab pemerintah dan masyarakat.
- (2) Perlindungan khusus bagi anak yang dieksploitasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan melalui :
 - a. penyebarluasan dan/atau sosialisasi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan anak yang dieksploitasi secara ekonomi dan/atau seksual;
 - b. pemantauan, pelaporan, dan pemberian sanksi; dan
 - c. pelibatan berbagai instansi pemerintah, perusahaan, serikat pekerja, lembaga swadaya masyarakat, dan masyarakat dalam penghapusan eksploitasi terhadap anak secara ekonomi dan/atau seksual.
- (3) Setiap orang dilarang menempatkan, membiarkan, melakukan, menyuruh melakukan, atau turut serta melakukan eksploitasi terhadap anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Pasal 67

- (1) Perlindungan khusus bagi anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya (napza) sebagaimana

dimaksud dalam Pasal 59, dan terlibat dalam produksi dan distribusinya, dilakukan melalui upaya pengawasan, pencegahan, perawatan, dan rehabilitasi oleh pemerintah dan masyarakat.

(2) Setiap orang dilarang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan, produksi dan distribusi napza sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Pasal 68

(1) Perlindungan khusus bagi anak korban penculikan, penjualan, dan perdagangan anak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 dilakukan melalui upaya pengawasan, perlindungan, pencegahan, perawatan, dan rehabilitasi oleh pemerintah dan masyarakat.

(2) Setiap orang dilarang menempatkan, membiarkan, melakukan, menyuruh melakukan, atau turut serta melakukan penculikan, penjualan, atau perdagangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Pasal 69

(1) Perlindungan khusus bagi anak korban kekerasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 meliputi kekerasan fisik, psikis, dan seksual dilakukan melalui upaya :

- a. penyebaran dan sosialisasi ketentuan peraturan perundang-undangan yang melindungi anak korban tindak kekerasan; dan
- b. pemantauan, pelaporan, dan pemberian sanksi.

(2) Setiap orang dilarang menempatkan, membiarkan, melakukan, menyuruh melakukan, atau turut serta melakukan kekerasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Pasal 70

(1) Perlindungan khusus bagi anak yang menyandang cacat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 dilakukan melalui upaya :

- a. perlakuan anak secara manusiawi sesuai dengan martabat dan hak anak;
- b. pemenuhan kebutuhan-kebutuhan khusus; dan
- c. memperoleh perlakuan yang sama dengan anak lainnya untuk mencapai integrasi sosial sepełuh mungkin dan pengembangan individu.

- (2) Setiap orang dilarang memperlakukan anak dengan mengabaikan pandangan mereka secara diskriminatif, termasuk labelisasi dan penyetaraan dalam pendidikan bagi anak-anak yang menyandang cacat.

Pasal 71

- (1) Perlindungan khusus bagi anak korban perlakuan salah dan penelantaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59 dilakukan melalui pengawasan, pencegahan, perawatan, dan rehabilitasi oleh pemerintah dan masyarakat.
- (2) Setiap orang dilarang menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam situasi perlakuan salah, dan penelantaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

BAB X

PERAN MASYARAKAT

Pasal 72

- (1) Masyarakat berhak memperoleh kesempatan seluas-luasnya untuk berperan dalam perlindungan anak.
- (2) Peran masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan oleh orang perseorangan, lembaga perlindungan anak, lembaga sosial kemasyarakatan, lembaga swadaya masyarakat, lembaga pendidikan, lembaga keagamaan, badan usaha, dan media massa.

Pasal 73

Peran masyarakat dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB XI

KOMISI PERLINDUNGAN ANAK INDONESIA

Pasal 74

Dalam rangka meningkatkan efektivitas penyelenggaraan perlindungan anak, dengan undang-undang ini dibentuk Komisi Perlindungan Anak Indonesia yang bersifat independen.

Pasal 75

- (1) Keanggotaan Komisi Perlindungan Anak Indonesia terdiri dari 1 (satu) orang ketua, 2 (dua) orang wakil ketua, 1 (satu) orang sekretaris, dan 5 (lima) orang anggota.
- (2) Keanggotaan Komisi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) terdiri dari unsur pemerintah, tokoh agama, tokoh masyarakat, organisasi sosial, organisasi kemasyarakatan, organisasi profesi, lembaga swadaya masyarakat, dunia usaha, dan kelompok masyarakat yang peduli terhadap perlindungan anak.
- (3) Keanggotaan Komisi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) diangkat dan diberhentikan oleh Presiden setelah mendapat pertimbangan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, untuk masa jabatan 3 (tiga) tahun, dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai kelengkapan organisasi, mekanisme kerja, dan pembiayaan ditetapkan dengan Keputusan Presiden.

Pasal 76

Komisi Perlindungan Anak Indonesia bertugas :

- a. melakukan sosialisasi seluruh ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan anak, mengumpulkan data dan informasi, menerima pengaduan masyarakat, melakukan penelaahan, pemantauan, evaluasi, dan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan anak;
- b. memberikan laporan, saran, masukan, dan pertimbangan kepada Presiden dalam rangka perlindungan anak.

BAB XII

KETENTUAN PIDANA

Pasal 77

Setiap orang yang dengan sengaja melakukan tindakan :

- a. diskriminasi terhadap anak yang mengakibatkan anak mengalami kerugian, baik materiil maupun moril sehingga menghambat fungsi sosialnya; atau
- b. penelantaran terhadap anak yang mengakibatkan anak mengalami sakit atau penderitaan, baik fisik, mental, maupun sosial,
- c. dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda

paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 78

Setiap orang yang mengetahui dan sengaja membiarkan anak dalam situasi darurat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 60, anak yang berhadapan dengan hukum, anak dari kelompok minoritas dan terisolasi, anak yang tereksplotasi secara ekonomi dan/atau seksual, anak yang diperdagangkan, anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya (napza), anak korban penculikan, anak korban perdagangan, atau anak korban kekerasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59, padahal anak tersebut memerlukan pertolongan dan harus dibantu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 79

Setiap orang yang melakukan pengangkatan anak yang bertentangan dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 ayat (1), ayat (2), dan ayat (4), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 80

(1) Setiap orang yang melakukan kekejaman, kekerasan atau ancaman kekerasan, atau penganiayaan terhadap anak, dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun 6 (enam) bulan dan/atau denda paling banyak Rp 72.000.000,00 (tujuh puluh dua juta rupiah).

(2) Dalam hal anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) luka berat, maka pelaku dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

(3) Dalam hal anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) mati, maka pelaku dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

(4) Pidana ditambah sepertiga dari ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) apabila yang melakukan penganiayaan tersebut orang tuanya.

Pasal 81

(1) Setiap orang yang dengan sengaja melakukan kekerasan atau ancaman kekerasan memaksa anak melakukan persetubuhan dengannya atau dengan orang lain, dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan paling singkat 3 (tiga) tahun dan denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta

rupiah) dan paling sedikit Rp 60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah).

- (2) Ketentuan pidana sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) berlaku pula bagi setiap orang yang dengan sengaja melakukan tipu muslihat, serangkaian kebohongan, atau membujuk anak melakukan persetubuhan dengannya atau dengan orang lain.

Pasal 82

Setiap orang yang dengan sengaja melakukan kekerasan atau ancaman kekerasan, memaksa, melakukan tipu muslihat, serangkaian kebohongan, atau membujuk anak untuk melakukan atau membiarkan dilakukan perbuatan cabul, dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan paling singkat 3 (tiga) tahun dan denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan paling sedikit Rp 60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah).

Pasal 83

Setiap orang yang memperdagangkan, menjual, atau menculik anak untuk diri sendiri atau untuk dijual, dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan paling singkat 3 (tiga) tahun dan denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan paling sedikit Rp 60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah).

Pasal 84

Setiap orang yang secara melawan hukum melakukan transplantasi organ dan/atau jaringan tubuh anak untuk pihak lain dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 85

- (1) Setiap orang yang melakukan jual beli organ tubuh dan/atau jaringan tubuh anak dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang secara melawan hukum melakukan pengambilan organ tubuh dan/atau jaringan tubuh anak tanpa memperhatikan kesehatan anak, atau penelitian kesehatan yang menggunakan anak sebagai objek penelitian tanpa seizin orang tua atau tidak mengutamakan kepentingan yang terbaik bagi anak, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 86

Setiap orang yang dengan sengaja menggunakan tipu muslihat, rangkaian kebohongan, atau membujuk anak untuk memilih agama lain bukan atas kemauannya sendiri, padahal diketahui atau patut diduga bahwa anak tersebut belum berakal dan belum bertanggung jawab sesuai dengan agama yang dianutnya dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 87

Setiap orang yang secara melawan hukum merekrut atau memperlak anak untuk kepentingan militer sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 atau penyalahgunaan dalam kegiatan politik atau pelibatan dalam sengketa bersenjata atau pelibatan dalam kerusuhan sosial atau pelibatan dalam peristiwa yang mengandung unsur kekerasan atau pelibatan dalam peperangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 88

Setiap orang yang mengeksploitasi ekonomi atau seksual anak dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 89

(1) Setiap orang yang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan, produksi atau distribusi narkotika dan/atau psikotropika dipidana dengan pidana mati atau pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan paling sedikit Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

(2) Setiap orang yang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan, produksi, atau distribusi alkohol dan zat adiktif lainnya dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan paling singkat 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) dan denda paling sedikit Rp 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah).

Pasal 90

(1) Dalam hal tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77, Pasal 78, Pasal 79, Pasal 80, Pasal 81, Pasal 82, Pasal 83, Pasal 84, Pasal 85, Pasal 86, Pasal 87, Pasal 88, dan Pasal 89 dilakukan oleh korporasi, maka pidana dapat dijatuhkan

kepada pengurus dan/atau korporasinya.

(2) Pidana yang dijatuhkan kepada korporasi hanya pidana denda dengan ketentuan pidana denda yang dijatuhkan ditambah 1/3 (sepertiga) pidana denda masing-masing sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

BAB XIII

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 91

Pada saat berlakunya undang-undang ini, semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan anak yang sudah ada dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

BAB XIV

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 92

Pada saat berlakunya undang-undang ini, paling lama 1 (satu) tahun, Komisi Perlindungan Anak Indonesia sudah terbentuk.

Pasal 93

Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 22 Oktober 2002

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MEGAWATI SOEKARNOPUTRI

paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 85

- (1) Setiap orang yang melakukan jual beli organ tubuh dan/atau jaringan tubuh anak dipidana dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang secara melawan hukum melakukan pengambilan organ tubuh dan/atau jaringan tubuh anak tanpa memperhatikan kesehatan anak, atau penelitian kesehatan yang menggunakan anak sebagai objek penelitian tanpa seizin orang tua atau tidak mengutamakan kepentingan yang terbaik bagi anak, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 86

Setiap orang yang dengan sengaja menggunakan tipu muslihat, rangkaian kebohongan, atau membujuk anak untuk memilih agama lain bukan atas kemauannya sendiri, padahal diketahui atau patut diduga bahwa anak tersebut belum berakal dan belum bertanggung jawab sesuai dengan agama yang dianutnya dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 87

Setiap orang yang secara melawan hukum merekrut atau memperlakui anak untuk kepentingan militer sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 atau penyalahgunaan dalam kegiatan politik atau pelibatan dalam sengketa bersenjata atau pelibatan dalam kerusuhan sosial atau pelibatan dalam peristiwa yang mengandung unsur kekerasan atau pelibatan dalam peperangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pasal 88

Setiap orang yang mengeksploitasi ekonomi atau seksual anak dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Pasal 89

(1) Setiap orang yang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan, produksi atau distribusi narkotika dan/atau psikotropika dipidana dengan pidana mati atau pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling lama 20 (dua puluh) tahun dan pidana penjara paling singkat 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan paling sedikit Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

(2) Setiap orang yang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan, produksi, atau distribusi alkohol dan zat adiktif lainnya dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan paling singkat 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) dan denda paling sedikit Rp 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah).

Pasal 90

(1) Dalam hal tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 77, Pasal 78, Pasal 79, Pasal 80, Pasal 81, Pasal 82, Pasal 83, Pasal 84, Pasal 85, Pasal 86, Pasal 87, Pasal 88, dan Pasal 89 dilakukan oleh korporasi, maka pidana dapat dijatuhkan kepada pengurus dan/atau korporasinya.

(2) Pidana yang dijatuhkan kepada korporasi hanya pidana denda dengan ketentuan pidana denda yang dijatuhkan ditambah 1/3 (sepertiga) pidana denda masing-masing sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

BAB XIII

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 91

Pada saat berlakunya undang-undang ini, semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan anak yang sudah ada dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

BAB XIV

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 92

Pada saat berlakunya undang-undang ini, paling lama 1 (satu) tahun, Komisi Perlindungan Anak Indonesia sudah terbentuk.

Pasal 93

Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 22 Oktober 2002

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

MEGAWATI SOEKARNOPUTRI

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 22 Oktober 2002

SEKRETARIS NEGARA REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

BAMBANG KESOWO

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2002 NOMOR 109

Salinan sesuai dengan aslinya

SEKRETARIAT KABINET RI