

**Aspek
Perlindungan
Konsumen**

**Pelaku
Usaha
Periklanan**

Pengertian Iklan Menurut Para Ahli

1. *Courtland L. Bovee*, iklan adalah suatu komunikasi non-personal yang biasanya berbayar dan sifatnya persuasif tentang suatu produk, jasa, atau ide dari sponsor yang dimuat melalui berbagai media.
2. *Philip Kotler*, iklan adalah bentuk penyajian dan promosi suatu barang, jasa, dan ide, secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu dimana untuk penayangannya biasanya harus membayar suatu media.
3. *Rhenald Kasali*, iklan adalah suatu pesan yang menawarkan sebuah produk/ jasa yang ditujukan kepada khalayak dengan melalui suatu media.
4. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang/ jasa yang ditawarkan.

Tujuan Iklan Secara Umum

- Memberikan informasi kepada khalayak mengenai suatu produk barang atau jasa, merek, perusahaan, lowongan kerja, kegiatan, ataupun suatu ide.
- Mempengaruhi orang lain yang merupakan target market untuk menggunakan dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan kepada mereka.
- Membangun citra yang baik terhadap suatu produk, merek, dan perusahaan di mata masyarakat.
- Untuk meningkatkan angka penjualan suatu produk, baik itu barang maupun jasa.

Fungsi Iklan

Menurut *Terence A. Shimp*, iklan memiliki **empat fungsi**, yaitu:

1. **Informing** (memberi informasi) membuat konsumen sadar akan merek-merek baru, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.
2. **Persuading** (mempersuasi) iklan yang efektif akan mampu mempersuasi (membujuk) pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan.
3. **Reminding** (mengingat) iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen.
4. **Adding Value** (memberikan nilai tambah) Periklanan memberikan nilai tambah pada merek dengan mempengaruhi persepsi konsumen.
5. **Assisting** (mendampingi) peran utama periklanan adalah sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. Sebagai contoh, periklanan mungkin digunakan sebagai alat komunikasi untuk meluncurkan promosi-promosi penjualan seperti kupon-kupon dan undian. Peran penting lain dari periklanan adalah membantu perwakilan dari perusahaan

Manfaat Iklan

- Produk atau jasa yang diiklankan akan dikenal atau lebih terkenal di masyarakat luas.
- Konsumen baru semakin bertambah sehingga meningkatkan angka penjualan produk/ jasa yang diiklankan.
- Keuntungan pihak pengiklan akan meningkat karena penjualan produk/ jasanya yang diiklankan.
- Meningkatkan *brand awareness* sebuah merek di masyarakat luas sehingga masyarakat mudah mengidentifikasi produknya.

Manfaat Iklan

- Produk atau jasa yang diiklankan akan dikenal atau lebih terkenal di masyarakat luas.
- Konsumen baru semakin bertambah sehingga meningkatkan angka penjualan produk/ jasa yang diiklankan.
- Keuntungan pihak pengiklan akan meningkat karena penjualan produk/ jasanya yang diiklankan.
- Meningkatkan *brand awareness* sebuah merek di masyarakat luas sehingga masyarakat mudah mengidentifikasi produknya.

Macam-Macam Iklan

A. Jenis Iklan Berdasarkan Isi

1. Iklan Pemberitahuan, contoh: berita duka cita, reuni alumni sekolah
2. Iklan Penawaran, contoh: penawaran barang(tas, smartphone, dll); penawaran jasa (kurir, cuci mobil, dll)..
3. Iklan Layanan Masyarakat, bertujuan untuk memberikan informasi dan pencerahan kepada masyarakat tentang suatu isu atau hal tertentu.

B. Jenis Iklan Berdasarkan Media yang Dipakai

1. Iklan Cetak, contoh: surat kabar, majalah, tabloid, poster, stiker, dll.
2. Iklan Elektronik, contoh iklan di radio, televisi, film, media digital interaktif, luar ruang.

C. Jenis Iklan Berdasarkan Tujuannya

1. Iklan Komersial, Tujuan untuk mencari keuntungan ekonomi, atau untuk meningkatkan penjualan.
2. Iklan Non-Komersial, tujuan memberikan informasi, ajakan, dan edukasi terhadap masyarakat. Iklan ini tidak untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, namun untuk keuntungan sosial bagi semua masyarakat.

Tinjauan Hukum Tentang Iklan

- UUPK secara umum mengatur tentang larangan bagi **pelaku usaha** menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah sebagaimana pasal 9 ayat (1) huruf j, yaitu:

”Menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau salah satunya seolah-olah menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap”.

Pernyataan Yang Tidak Benar / Menyesatkan

Pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan sesuai pasal 10 UUPK terdiri dari:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku Usaha Periklanan

Terkait **pelaku usaha periklanan** UUPK mengatur dalam pasal 17 yaitu:

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Mengelabui Konsumen

Pasal 17 ini ditujukan kepada pelaku usaha yang mengelabui konsumennya melalui iklan yang diproduksi dalam bentuk:

- **Pernyataan Yang Salah**

Terjadi dalam hal iklan tersebut mengungkapkan informasi yang tidak benar, misalnya: menyatakan bahwa produk tertentu mengandung suatu zat yang mana zat tersebut sesungguhnya tidak ada dalam produk tersebut. (pasal 17 ayat (1) huruf c dan f).

- **Pernyataan Yang Menyesatkan**

Terjadi dalam hal iklan tersebut menggunakan opini subjektif untuk mengungkapkan kualitas produk secara berlebihan tanpa didukung oleh suatu fakta tertentu. (pasal 17 ayat (1) huruf a, b dan f)

- **Iklan Yang Berlebihan**

Terjadi dalam hal iklan tersebut menggunakan tiruan visualisasi iklan. ((pasal 17 ayat (1) huruf e dan f)

Pasal 17 ayat (1) huruf d; "tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa". Tidak termasuk dalam 3 kategori mengelabui tetapi tetap saja merugikan konsumen.

Sanksi Pidana

- Pelanggaran terhadap pasal 9, 10, 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e berupa pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak 2 milyar rupiah.
- Pelanggaran terhadap pasal 17 ayat (1) huruf d berupa pidana penjara paling lama 2 tahun atau pidana denda paling banyak 500 juta rupiah

Pelaku Usaha Dan Pelaku Usaha Periklanan

- **Pelaku usaha** menurut Pasal 1 angka 3 UUPK adalah setiap **orang perseorangan** atau **badan usaha**, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
- **Pelaku usaha periklanan** menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang/jasanya dengan tujuan agar orang membeli, merupakan **sumber informasi** bagi konsumen sekaligus **media komunikasi** antara konsumen dengan pihak pemilik produk bekerja melakukan kegiatan ekonomi untuk mendapat keuntungan.

Sanksi bagi pelaku usaha dan pelaku usaha jasa periklanan

Dalam hal pelaku usaha periklanan tidak mengetahui adanya hal menyesatkan seperti pada pasal 17 ayat (1) huruf a, b, dan c sesuai pemesan iklan maka:

- ❖ sesuai asas pelaku usaha periklanan yang tidak mengetahui itikad buruk pemesan iklan tidak sepatutnya mendapatkan sanksi;
- ❖ pihak yang seharusnya **bertanggung jawab atas kerugian konsumen adalah pelaku usaha pemesan iklan.**

Sanksi bagi pelaku usaha dan pelaku usaha jasa periklanan

Jika iklan diproduksi menyangkut substansi pasal 17 ayat (1) huruf d, e, dan f, maka:

- ❖ Meskipun substansi huruf d sepenuhnya atas keinginan pelaku usaha akan tetapi pelaku usaha periklanan dapat mengetahui isi iklan yang dipesan bahwa di dalamnya tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang/jasa yang diiklankan.
- ❖ Jika substansi huruf e dan f, walaupun itu atas inisiatif pelaku usaha pemesan iklan tetapi kegiatan yang berupa mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
- ❖ Terkait produksi yang melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan selain dapat diketahui oleh pelaku usaha periklanan juga sangat terkait dengan profesionalitas pelaku usaha periklanan maka pelaku usaha dianggap turut serta dalam perbuatan menyesatkan konsumen dan dimintai **pertanggungjawaban bersama pelaku usaha pemesan iklan (tanggung renteng)**.

Selamat Belajar

