

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, media informasi berkembang pesat dalam jumlah yang banyak. Agar pesan yang disampaikan benar-benar efektif dan umpan balik yang positif diberikan oleh konsumen, maka perusahaan juga harus mampu berperan sebagai komunikator dan promotor. Penentuan tanggapan dari konsumen merupakan salah satu permasalahan mengembangkan pesan yang yang berpengaruh, sejatinya pesan tersebut harus menarik atensi yang mengundang ketertarikan, membangkitkan keinginan dan menggerakkan tindakan.<sup>1</sup> Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling terkenal dan paling banyak dibahas dalam lingkup masyarakat karena daya jangkauannya yang luas. Iklan juga menjadi instrument promosi yang sangat penting. Terkhusus bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.<sup>2</sup> Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi antara penjual dengan pembeli. Penjual menyampaikan pesan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dijualnya dan mengajak konsumen sebagai penerima pesan untuk membelinya melalui iklan tersebut.<sup>3</sup>

Tujuan periklanan adalah mengubah atau sampai mempengaruhi sikap-sikap khalayak, dalam hal ini tentunya adalah sikap-sikap konsumen. Munculnya iklan bertujuan untuk mengenalkan produk maupun jasa pada konsumen sehingga konsumen terprovokasi atau terpengaruh. Iklan mempunyai tujuan lain yaitu untuk membentuk kesadaran akan suatu produk atau merk baru, menginformasikan fitur keunggulan produk atau merk pada konsumen.<sup>4</sup> Perusahaan harus dapat memunculkan segala kesan dibenak konsumen atau seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Sebab suatu merek yang kuat akan mempunyai posisi yang menonjol dalam sebuah

---

<sup>1</sup> Johar D.S, *Efektivitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project)*, Jurnal Administration Bisnis Vol.1 No.26,hal.1-2

<sup>2</sup> Burhan Bungin,*Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*,Jakarta:Kencana Premada Media Grup,2013,hal.214

<sup>3</sup> Johar D.S,*Loc.Cit.*

<sup>4</sup> Ambar Lukitaningsih,*Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Volume 13 No.2*

persaingan, apabila didukung dengan produk yang menarik akan selalu teringat dalam benak konsumen dengan baik.<sup>5</sup>

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang beralkohol, PT. Aneka Bintang Gading menawarkan produk F&B dan hiburan eksklusif (*Holywings*), dengan cara mempromosikan produk dan jasa nya di media sosial. Melalui akun resmi instagram holywingsindonesia. PT. Aneka Bintang Gading mengunggah pada halaman instagram berupa konten “Muhammad & maria kita kasih *gordon’s dry gin* atau *Gordon’s pink gratis* “ Peristiwa ini kemudian menjadi masalah sosial dan hukum setelah diwartakan secara luas oleh media publik antara lain dilansir dari kompas.com, Iklan yang dibuat oleh PT.Aneka Bintang Gading yang dimaksudkan sebagai strategi marketing semata. Namun berbanding terbalik, karena tidak sesuai dengan kultur bangsa Indonesia yang religius sehingga tindakan PT. Aneka Bintang dinilai bertentangan dengan nilai-nilai moral dan hukum.<sup>6</sup>

Holywings merupakan Perseroan Terbatas, yang terikat pada undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Sesuai ketentuan pada Pasal 1 ayat 1 yang berbunyi “Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya” dan pada pasal 1 ayat 2 di jelaskan bahwa “Organ Perseroan adalah Rapat Umum Pemegang Saham, Direksi, dan Dewan Komisaris.”

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Ayat 5 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas mengatur mengenai pertanggungjawaban Perseroan Terbatas yang dalam hal ini direksi sebagai sebuah organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Namun dalam kasus ini, pertanggungjawaban hukum dibebankan kepada marketing yang juga tercantum dalam Pasal 1365 KUHPerdara yang menyatakan bahwa : “*Tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada orang lain,*

---

<sup>5</sup> Ogy Irvanto Sujana, *Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger Survey Presepsi Komunitas Pecinta Alam*, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Volume 8 Nomor 2

<sup>6</sup> <https://www.amp.kompas.com> , 6 Pegawai Holywings Jadi Tersangka Kasus Penistaan Agama Dalam Promosi Miras, Diakses pada 10 Desember 2022

*mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.*

Beberapa media sosial memberitakan postingan promosi minuman keras yang di upload oleh pihak *holywings*, hal tersebut mendapat reaksi publik yang kemudian mengakibatkan pihak aparat kepolisian bertindak cepat menangkap 6 tersangka yang merupakan karyawan *holywings*. Dalam hal ini, karyawan *holywings* yang merupakan juga bagian dari PT. Aneka Bintang tidak sepenuhnya berhak untuk bertanggungjawab atas kejadian dari promosi iklan minuman keras tersebut. Diungkapkan dalam Pasal 1367 KUHPerdara *“Seorang tidak saja bertanggungjawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh orang-orang yang berada di bawah pengawasannya”* Maka secara tidak langsung, Perseroan akan bertanggungjawab penuh melindungi dan menuntaskan kasus penistaan agama yang menjadi strategi marketing salah satu bidang bisnisnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini akan membahas mengenai Pertanggungjawaban Korporasi berdasarkan tinjauan yuridis sesuai dengan Pasal 1365 KUHPerdara dimana setiap perbuatan yang melanggar hukum dan menyebabkan kerugian pada orang lain harus mengganti kerugian tersebut, dan juga pada Pasal 1367 KUHPerdara menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja atau karena kesalahan mengakibatkan kerugian pada orang lain harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Secara keseluruhan, Pasal 1365 dan 1367 KUHPerdara dapat menjadi dasar hukum untuk menuntut tanggung jawab perdata dari pihak yang melakukan promosi minuman keras yang melanggar hukum dan menyebabkan kerugian pada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan ketentuan hukum yang berlaku dalam melakukan promosi produk mereka agar tidak menimbulkan kerugian pada konsumen dan menghindari tuntutan hukum yang merugikan perusahaan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pertanggungjawaban hukum promosi minuman keras PT. Aneka Bintang Gading?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh korban dalam kasus promosi minuman keras PT. Aneka Bintang Gading?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pertanggungjawaban hukum promosi minuman keras PT. Aneka Bintang Gading.
2. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat ditempuh oleh korban dalam kasus promosi minuman keras PT. Aneka Bintang Gading.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat guna meningkatkan daya berpikir kritis dan dapat digunakan sebagai bahan bacaan (literatur) mengenai pertanggungjawaban Perseroan Terbatas dalam kasus penistaan agama juga menambah literatur kepustakaan hukum perdata khususnya terkait perlindungan karyawan Perseroan Terbatas.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberikan masukan serta sumbangan pemikiran bagi para pihak yang terkait dalam masalah yang diteliti dan berguna dalam menyelesaikannya.

### **1.5. Kerangka Konseptual**

#### **1.5.1. Perseroan Terbatas**

Perseroan Terbatas (*Limited Liability Company, Naamloze Vennootschap*) adalah bentuk yang paling populer dari semua bentuk badan bisnis. Bentuk-bentuk badan usaha yang

diakomodir dalam sistem hukum dagang Indonesia adalah Perseroan Firma (*Fa*), Perseroan Komanditer (*CV* atau *Comanditaire Vennootschap*), dan Perseroan Terbatas (*PT*). Bentuk-bentuk ini diatur dalam buku ke satu Bab III bagian ke 1 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (*KUHD*). Selain itu masih terdapat bentuk usaha lainnya yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*KUHPerdata*) yang disebut *maatschap* atau persekutuan (*Perdata*).<sup>7</sup> Istilah Perseroan Terbatas terdiri dari dua kata, yakni Perseroan dan terbatas. Perseroan merujuk pada modal perseroan terbatas yang terdiri dari atas sero-sero atau saham-saham. Kata terbatas merujuk kepada tanggung jawab pemegang saham yang luasnya hanya terbatas pada nominal semua saham yang di milikinya. Meskipun demikian, dalam keadaan tertentu bisa saja pemilik saham dapat dimintai pertanggung jawaban lebih dari saham yang dimilikinya.<sup>8</sup>

Perseroan sebagai badan hukum didirikan berdasarkan perjanjian demikian penegasan bunyi Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perseroan Terbatas. Dengan demikian, pendirian Perseroan sebagai persekutuan modal diantara pendiri dan/atau pemegang saham, harus memenuhi ketentuan hukum perjanjian yang diatur dalam Buku Ketiga Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Bab II, bagian kesatu tentang ketentuan umum perjanjian dan bagian kedua tentang syarat sahnya perjanjian, serta akibat perjanjian. Perseroan merupakan subjek hukum dimana Perseroan sebagai sebuah badan yang dapat dibebani hak dan kewajiban seperti halnya manusia pada umumnya. Oleh karena itu sebagai badan hukum, Perseroan Terbatas mempunyai kekayaan sendiri yang terpisah dengan kekayaan pengurusnya.<sup>9</sup>

### 1.5.2. Direksi

Direksi dalam Perseroan Terbatas (“Perseroan”) adalah organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan anggaran dasar. Dewan direksi merupakan pihak dalam suatu entitas perusahaan yang bertugas melakukan melaksanakan operasi dan kepengurusan perusahaan. Anggota dewan direksi diangkat oleh RUPS. Dewan direksi bertanggung jawab penuh atas segala bentuk operasional dan kepengurusan perusahaan dalam rangka melaksanakan kepentingan-kepentingan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dewan

---

<sup>7</sup> Mario Julyano & Aditya Yuli Sulistyawan, *Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum*, Jurnal Credipo Vol.1 No.1, 2019, hlm.14

<sup>8</sup> I.G Rai Widjaya, *Hukum Perusahaan Perseroan Terbatas*, Jakarta : Kesain Blanc, 2006, hlm.1

<sup>9</sup> Tasya Nailul Fikriya, *Tanggung Jawab Direksi Pada Perseroan Terbatas Milik Badan Usaha Milik Negara*, Jurnal *Lex Renaissance* Vol.5 No.3, 2020, hlm.594

direksi juga bertanggung jawab terhadap urusan perusahaan dengan pihak- pihak eksternal seperti pemasok, konsumen, regulator dan pihak legal. Dengan peran yang begitu besar dalam pengelolaan perusahaan ini, direksi pada dasarnya memiliki hak pengendalian yang signifikan dalam pengelolaan sumber daya perusahaan dan dana dari investor.<sup>10</sup>

Fungsi, wewenang, dan tanggung jawab direksi secara tersurat diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas :<sup>11</sup>

1. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan ;
2. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian ;
3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan,
4. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.

### 1.5.3. Promosi

Menurut A. Hamdani, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>12</sup>

Menurut Indriyo Gitosudarmo, promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi dikenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi selalu senang membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dilakukan dengan cara, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, personal *selling* atau yang disebut dengan bauran promosi.<sup>13</sup>

### 1.5.4. Minuman Keras

Minuman keras adalah minuman yang mengandung ethanol yang diproses secara fermentasi dan destilasi atau fermentasi tanpa destilasi, jika dikonsumsi alkohol dapat

---

<sup>10</sup> Eka Hardikasari, *Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Industri Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008*, Malang : Universitas Diponegoro, hlm.15

<sup>11</sup> Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

<sup>12</sup> Danang Suyanto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Center of Academic Publishing, 2009, hlm.154

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm.155

memberikan efek buruk terhadap kesehatan. Alcoholism adalah penyalahgunaan serta ketergantungan *alcohol*, sedangkan menurut *National Council on Alcoholism* tahun 1992 mendefinisikan bahwa Alcoholism adalah suatu penyakit kronis progresif yang ditandai dengan hilangnya control akibat memakai *alcohol* dengan konsekuensi timbulnya masalah social, hokum, psikologi dan juga fisik. Gangguan psikiatri acap kali timbul selama dalam keadaan keracunan akibat maupun dalam keadaan putus *alcohol*.<sup>14</sup>

## 1.6. Kerangka Teoritis

### 1.6.1. Teori Pertanggungjawaban Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya manusia terhadap segala tingkah laku dan perbuatannya. Sementara itu, dalam hukum, pengertian tanggung jawab adalah fungsi menerima pembebanan, sebagai akibat sikap sendiri atau pihak lain. Adapun menurut Hans Kelsen jenis-jenis pertanggungjawaban terdiri dari :<sup>15</sup>

- a. Tanggung Jawab Berdasarkan kesalahan (*culvability*) merupakan suatu keadaan dimana pelaku telah mengantisipasi atau telah menghendaki akibat yang membahayakan atas perbuatannya tersebut sehingga unsur perbuatannya berupa kesalahan.
- b. Tanggung jawab absolut (*liability*) merupakan suatu keadaan dimana pelaku tidak mengantisipasi atau tidak menghendaki akibat yang membahayakan atas perbuatannya tersebut sehingga unsur perbuatannya berupa kelalaian.
- c. Tanggung jawab individu merupakan suatu keadaan individu (pelaku) bertanggung jawab atas perbuatan tertentu yang dilakukannya yang mana sanksi hanya ditujukan pada individu (pelaku) tersebut.

### 1.6.2. Teori Keadilan

Menurut Aristoteles dalam karyanya berjudul “Etika Nichomachea” memaparkan mengenai pemikiran-pemikirannya tentang keadilan. Bagi Aristoteles, keutamaan terlihat dari keataan terhadap hukum (hukum polis pada saat itu baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis) merupakan suatu keadilan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keadilan

---

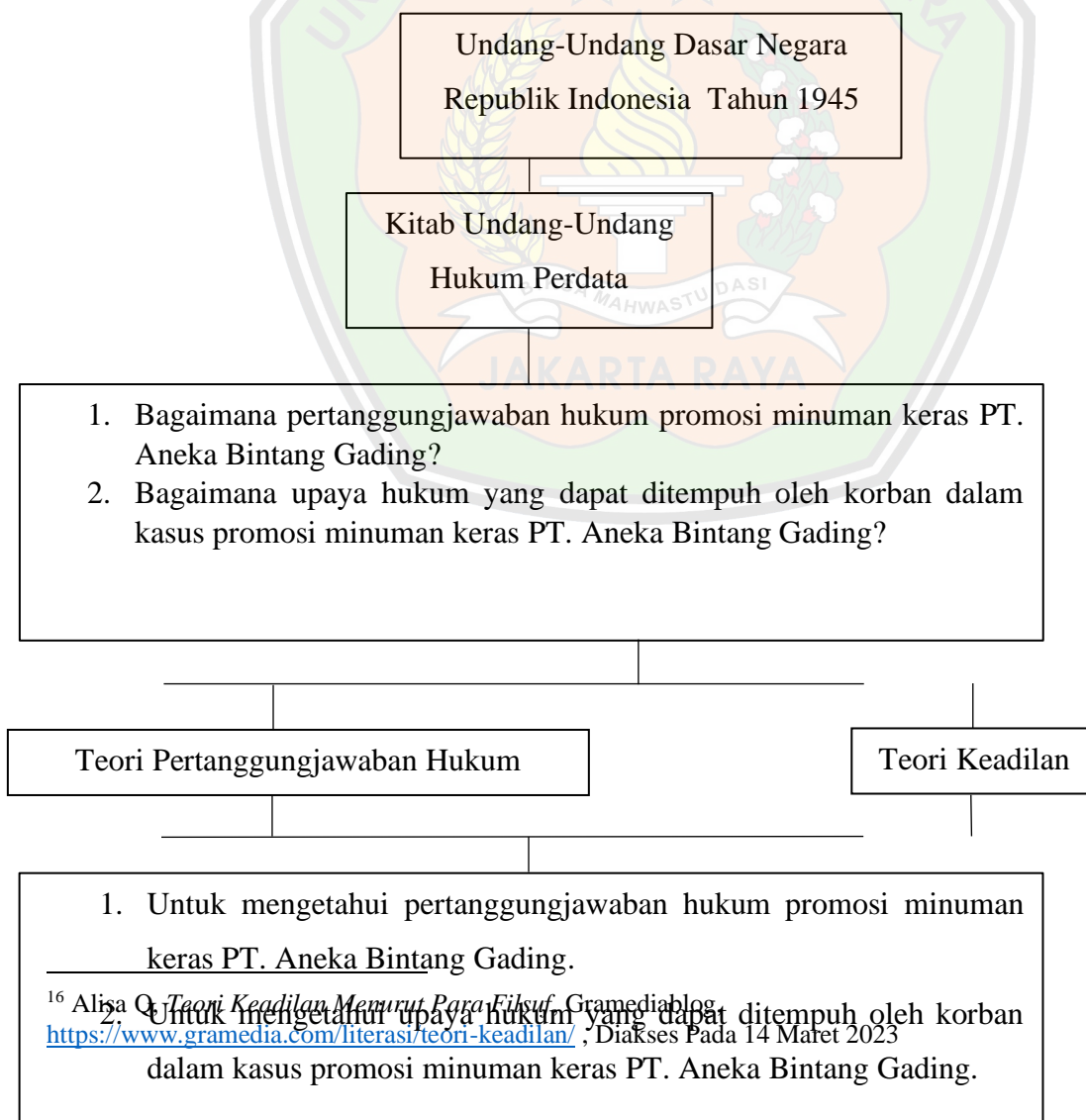
<sup>14</sup> M.Arief Hakim, *Bahaya Narkoba-Alkohol*, Bandung : Nuansa, 2004, hlm.46

<sup>15</sup> Hans Kelsen, *Teori Hukum Murni Teerjemahan Raisul Mutaqien Nuansa & Nusa Media*, Bandung:2006,hal. 140

merupakan keutamaan dan sifatnya umum. Theo Huijbers memaparkan mengenai keadilan menurut Aristoteles menjadi keutamaan umum, juga menjadi keadilan sebagai keutamaan moral khusus, yang berkaitan dengan sikap manusia di bidang tertentu.<sup>16</sup>

Sikap manusia dalam bidang tertentu didefinisikan sebagai penentuan hubungan baik antara orang-orang dan keseimbangan antara dua pihak. Hal ini disebabkan karena Aristoteles memahami keadilan dalam pengertian kesamaan. Dalam kesamaan numerik, setiap manusia dipandang sama dalam satu unit. Misalnya, semua orang sama di hadapan hukum. sementara itu, kesamaan proposional dimaknai sebagai pemberian hak-hal kepada setiap orang sesuai dengan kemampuan dan prestasinya. Tidak hanya itu, Aristoteles juga mengelompokkan keadilan menjadi dua, yakni keadilan distributif dan keadilan korektif. Keadilan distributif merupakan keadilan yang berlaku dalam hukum publik. Serta memiliki fokus pada honor kekayaan, distribusi, dan barang-barang lain yang diperoleh oleh anggota masyarakat.

### 1.7. Kerangka Pemikiran



<sup>16</sup> Alisa Q. *Teori Keadilan Menurut Para Filsuf*. Gramedia blog. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-keadilan/>, Diakses Pada 14 Maret 2023

## Gambar 1. 1. Kerangka Pemikiran

### 1.8. Penelitian Terdahulu

Sudah banyak penelitian terdahulu yang membahas mengenai kesalahan promosi yang memiliki kesamaan pada pokoknya, namun terdapat banyak perbedaan antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lainya dalam pembahasan dan hasil. Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga melihat penelitian terdahulu untuk melengkapi bahan refrensi penelitian ini. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu :

1. Pada penelitian yang dilakukan oleh Firman, Asep Ikkal, Ali Sunarno pada tahun 2023, membahas mengenai perlindungan konsumen terhadap iklan yang menyesatkan dari prespektif hukum perdata dimana Dengan maraknya iklan yang menyesatkan konsumen dilakukan oleh oknum pengusaha, mengiklankan suatu barang yang berlebihan tidak berdasarkan fakta dari barang yang dijual dan akibatnya sangat merugikan konsumen. Pengiklan perusahaan periklanan, dan media periklanan adalah subjek dari perbuatan melawan hukum jikalau melakukan iklan yang menyesatkan biasanya media periklanan ini melalui radio televisi, majalah, surat kabar, dan internet. Untuk yang melanggar dapat diminta pertanggungjawaban sesuai dengan pasal 1365 KUH Perdata.<sup>17</sup>
2. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sahar Afra Fauziyyah membahas mengenai perlindungan konsumen terhadap iklan yang menyesatkan pada PT. Exelcomindo Pratama mengungkapkan mengenai kegiatan promosi PT. Exelcomindo melalui iklan Tarif Ngirit Malam yang terkena sanksi penjara paling lama 5 tahun atau denda berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Firman,dkk,*Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan Dari Prespektif Hukum Perdata dan Kode Etik Periklanan Indonesia, Jurnal Paris Langkis*, Vol.3 No.2, hlm. 18

<sup>18</sup> Sahar Afra Fauziyyah, *Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan Analisis Putusan Nomor 01 K/Per.Kons/2007 Jhon Parly H.Sinaga Melawan Pt. Exelcomindo Pratama*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Jakarta, 2016, hlm. 3

3. Pada penelitian yang dilakukan oleh Arik Dina Nasikhah mengenai prespektif agama terhadap desain iklan *hollywings* membahas tentang Makna desain iklan terbagi menjadi penanda yaitu desain iklan tersebut membuat kontroversi sebab menggunakan nama Muhamad dan Maria dalam label botol minuman keras, petanda yaitu tidak semua desain iklan yang dibuat dapat menarik minat konsumen, sedangkan denotasimya yaitu desain iklan *hollywings*. Tersangka tersebut dijerat pasal 14 ayat 1 dan 2 UU no.1 tahun 1945 tentang Peraturan hukum Pidana, khususnya pasal menyiarkan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran di kalangan masyarakat, pasal 156 atau pasal 156a KUHP yang pokoknya bersifat permusuhan, penyalahgunaan atau penodaan terhadap suatu agama.<sup>19</sup>
4. Pada penelitian Devit dan Zuhdi Arman mengenai pertanggungjawaban pidana pelaku penistaan agama melalui media sosial ditinjau dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengungkapkan bahwa dalam Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik hukuman yang diancamkan terkesan sangat berat tetapi fakta lapangan penjatuhan sanksi yang diberikan dalam tindak pidana penistaan agama. Dalam undang-undang ini, penistaan agama bisa untuk dimintakan pertanggungjawaban dengan syarat memenuhi unsur yang ada di dalam Pasal 28 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu siapapun yang mengeluarkan pernyataan dalam bentuk data atau informasi yang bisa membakar amarah dan kebencian terhadap Suku, Agama, Ras, Antar golongan (SARA).<sup>20</sup>
5. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ayu Zakia tentang kasus penistaan agama dalam pemberitaan media massa yang mengungkapkan beredarnya sebuah rekaman video yang diunggah pada bulan September akhir 2016 lalu yang melibatkan calon Gubernur DKI Jakarta pada periode tersebut, yaitu Basuki Tjahaja Purnama. Dalam video yang berdurasi beberapa menit tersebut telah menyeret calon Gubernur yang akrab disapa dengan Ahok sebagai tersangka pelaku penistaan agama terkait dengan

---

<sup>19</sup> Atik Dina Nasikhah, *Prespektif Agama Terhadap Desain Iklan Hollywings*, Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual Vol.1 No.2, 2022

<sup>20</sup> Devit & Zuhdi Arman, *Pertanggungjawaban Pidana Pelaku Penistaan Agama Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jurnal Hukum Universitas Putera Batam Vol.1 No.1,2022

ucapannya yang dianggap telah menghina kitab suci Alquran ummat Islam. Peristiwa tersebut terjadi menjelang pemilu 2017 terkait kasus penistaan agama.<sup>21</sup>

## **1.9. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat yuridis-normatif. Pendekatan yuridis normatif adalah pendekatan yang membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum serta mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia dan menggunakan jenis data dari bahan pustaka dan juga studi dokumen (*documentary study*) untuk mengumpulkan data sekunder terkait dengan permasalahan yang diajukan.<sup>22</sup>

### **1.9.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat yuridis-normatif. Pendekatan yuridis-normatif adalah pendekatan yang membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum. Pendekatan tersebut digunakan untuk melihat aspek-aspek hukum dalam norma hukum yang ada dan berfungsi sebagai penunjang untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi temuan bahan non hukum bagi keperluan penelitian atau penulisan hukum.

### **1.9.2. Jenis Dan Sumber Bahan Hukum**

Jenis penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah jenis penelitian normatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk melihat aspek-aspek hukum dalam norma hukum yang ada dan berfungsi sebagai penunjang untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi temuan bahan non hukum bagi keperluan penelitian atau penulisan hukum.<sup>23</sup>

Penulisan menggunakan sumber bahan hukum Primer, sumber bahan hukum primer merupakan sumber bahan yang diperoleh secara langsung dari lapangan dengan berdasarkan dari narasumber. Selain data primer penulis juga menggunakan data Sekunder sebagai pendukung daridata Primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dengan melakukan kajian pustaka seperti buku-buku ilmiah, hasil penelitian, dan sebagainya. Dalam hal ini peneliti mencari buku-buku yang dibutuhkan.

---

<sup>21</sup> Ayu Zakia, *Kasus Penistaan Agama dalam Pemberitaan Media Massa*, Skripsi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Negeri Aceh, 2018

<sup>22</sup> Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2016, hlm.24.

<sup>23</sup> *Ibid.*

Data sekunder dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis bahan hukum, yaitu:

### **1. Bahan Hukum Primer**

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas, yaitu merupakan hasil dari tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh lembaga yang berwenang untuk itu, antara lain meliputi : Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

### **2. Bahan Hukum Sekunder**

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, antara lain meliputi, buku-buku yang berkaitan dengan pertanggungjawaban Perseroan Terbatas dan perlindungan hukum karyawan di lingkup Perseroan Terbatas, jurnal-jurnal hukum terkait penelitian, hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

### **3. Bahan Hukum Tersier**

Bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer, seperti kamus dan lain sebagainya.

#### **1.9.3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum**

Penulis dalam melakukan pengumpulan data penelitian skripsi ini menggunakan metode pengumpulan data melalui studi dokumen atau kepustakaan (*library research*) yaitu dengan menggunakan penelitian terhadap berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, peraturan-peraturan yang berlaku, pendapat sarjana, surat kabar, artikel, kamus, dan juga berita dari internet yang berkaitan dengan Pertanggungjawaban Perseroan Terbatas pada kasus penistaan agama.

#### **1.9.4. Metode Pengolahan dan Analisis Bahan Hukum**

Metode analisis bahan hukum dengan cara mengkaji dan mendeskripsikan kasus yang ada berdasarkan undang-undang yang berlaku apakah bertentangan dengan *das sollen* dan *das sein*.

### **1.10. Sistematika Penulisan**

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan hal-hal yang bersifat umum dengan menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis, Kerangka Konseptual, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, dan Metode Penelitian.

## **BAB II KAJIAN MENGENAI PERSEROAN TERBATAS, DIREKSI, PROMOSI, MINUMAN KERAS, PERLINDUNGAN HUKUM DAN PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM**

Pada Bab II ini akan diuraikan secara jelas, ringkas dan padat tentang Teori Pertanggungjawaban, dan Sistem Hukum.

### **BAB III PROMOSI MINUMAN KERAS PT. ANEKA BINTANG GADING**

Pada Bab III akan menguraikan atau menjelaskan masalah atau obyek atau titik fokus penelitian mengenai Pertanggungjawaban hukum promosi minuman keras dari PT. Aneka Bintang.

### **BAB IV ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM DITINJAU DARI PASAL 1365 DAN 1367 KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA**

Pada Bab IV ini akan menjelaskan hasil penelitian dari rumusan masalah yang berisikan tentang hasil temuan penelitian didalam Pertanggungjawaban hukum promosi minuman keras dari PT. Aneka Bintang Gading.

### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab V ini akan diuraikan mengenai simpulan dan saran-saran penulis atas jawaban dari masalah berdasarkan analisis teori.