

Analisis pertanggungjawaban pidana dalam tindak pidana penghinaan oleh pers

Deni Achmad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20269178&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan merupakan suatu strategi yang ampuh bagi para pengusaha (produsen) untuk melakukan penawaran-penawaran barang dan jasa. Demikian juga engan produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut maka promosi produk dilakukan melalui iklan. Di Indonesia produk yang dikeluarkan oleh pelaku usaha telah menggerakkan kegiatan perekonomian. Menyampaikan informasi tentang produk ke dalam sebuah tayangan iklan berdurasi pendek, atau pamflet dan lain-lain, yang menjadikan salah satu faktor pemicu iklan terlalu mengubur janji, tidak kena sasaran ataupun membingungkan.

Secara garis besar isi dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) terdiri dari fungsi iklan sebagai media penyampaian informasi bila dikaitkan dengan Hak atas Informasi yang harus diberikan kepada Konsumen, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Periklanan terhadap Iklan yang Menyesatkan, upaya UUPK dalam melindungi Konsumen Iklan serta Analisa Iklan Jasa Angkutan Udara. UUPK memberdayakan Masyarakat umum, di mana UUPK tersebut mengamanatkan bahwa masyarakat adalah penyelenggara perlindungan konsumen, sehingga mempunyai wewenang untuk melakukan pengawasan terhadap barang yang beredar di pasar, namun tidak berwenang untuk memeriksa proses produksi.

Bagi konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha baik secara individual maupun secara kelompok. Prosedur gugatan konsumen dapat diajukan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau peradilan Umum. Dengan demikian, kehadiran UUPK akan menciptakan sistem perlindungan Konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum bila terjadi penyalahgunaan Iklan.

Meskipun masih perlu dibuktikan lebih lanjut dengan penelitian dan pengumpulan data secara kuantitatif, namun dari hasil penyelesaian kasus-kasus yang ada, penulis melihat bahwa pemberlakuan pasal-pasal UUPK yang terkait dengan periklanan dalam kehidupan sehari-hari mampu memberikan Shock Therapy bagi pelaku usaha priklanan agar tidak menyalahi aturan-aturan tersebut dan senantiasa berupaya untuk memperhatikan hak-hak konsumen.