BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Maraknya penayangan informasi iklan menyesatkan tidak dapat dilepaskan dari semakin ketatnya persaingan di antara para pelaku usaha guna menarik perhatian konsumen, sehingga informasi yang diberikan melalui media iklan cenderung berlebihan, menyesatkan dan menipu konsumen. Upaya penyesatan informasi melalui media iklan dapat menyangkut informasi mengenai harga, kualitas, kegunaan suatu barang, layanan purna jual, jaminan/garansi suatu barang atau jasa dan sebagainya.

   Serta dengan memuat informasi secara keliru, salah, maupun tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa, memberikan gambaran secara tidak lengkap mengenai informasi barang dan/atau jasa, atau dengan memberikan informasi yang berlebihan mengenai kualitas, sifat, kegunaan, kemampuan barang dan/atau jasa. .

2. Belum adanya Undang-undang yang mengatur secara khusus tentang periklanan , tidak menafikan untuk menegakan hukum terkait iklan yang menyesatkan karena adanya beberapa undang-undang yang mengatur periklanan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-undang No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Undang-undang No 40 Tahun 1999

tentang Pers, Undang-undang No 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan pangan. Pengaturan periklanan dalam hukum pidana, apabila ditinjau Buku kedua KUHP Bab XXV (dua puluh lima), termuat berbagai ketentuan mengenai kejahatan perbuatan curang atau yang lebih dikenal dengan istilah penipuan, yang terdiri dari dua puluh Pasal. Seperti Pasal 204 KUHP, Pasal 378 KUHP, Pasal 383 KUHP, Pasal 386 KUHP, dan Pasal 390 KUHP.

B. SARAN

Demi melindungi hak-hak konsumen dalam informasi suatu barang dan/atau jasa dari sebuah iklan atau promosi yang dilakukan pelaku usaha , perlunya peraturan perundang-undangan tentang periklanan.

Dalam pasal 19 ayat (2) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. alangkah baiknya apabila bentuk ancaman pidana yang dijatuhkan kepada pelaku pelanggaran ketentuan periklanan dapat berupa pidana penjaradan bukan pidana denda, agar sanksi pidana yang dijatuhkan tersebut benarbenar menimbulkan efek jera serta meningkatkan kepatuhan pelaku usaha.