

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS HUKUM

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi
Nomor : 2803/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/V/2020

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENONTON FILM ATAS KONTEN
IKLAN (*TRAILER*) YANG TIDAK SESUAI DENGAN FILM YANG
DITAYANGKAN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

OLEH :

Kennie Jefferson

NPM : 2014 200 209

PEMBIMBING:

Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ilmu Hukum

Tahun 2021

Telah disidangkan pada
Ujian Penulisan Hukum Fakultas Hukum
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'JG', written over a horizontal line.

(Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M.)

Dekan

(Dr.iur. Liona Nanang Supriatna, S.H., M.Hum.)



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kennie Jefferson

No. Pokok : 2014200209

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah/karya penulisan hukum yang berjudul:

**“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENONTON FILM ATAS
KONTEN IKLAN (*TRAILER*) YANG TIDAK SESUAI DENGAN FILM
YANG DITAYANGKAN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR
8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah/Karya Penulisan Hukum yang telah Saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan, dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- a. secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- b. dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan

Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 09 Januari 2021

Mahasiswa Penyusun Karya Ilmiah/Karya Penulisan Hukum

Kennie Jefferson

2014200209

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis aspek yuridis dari perlindungan penonton film terhadap produk barang/jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha pembuatan film yaitu rumah produksi ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penonton film perlu dilindungi karena sebagai pihak yang menerima produk barang/jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha pembuatan film yaitu rumah produksi berada di posisi yang rentan untuk dirugikan.

Penelitian ini juga menganalisis mengenai bentuk perlindungan yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap penonton film, serta standar apa yang digunakan untuk mengetahui kapan pelaku usaha pembuatan film (rumah produksi) telah memberikan produk yang sesuai kepada penonton film.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian yuridis normatif yaitu dengan meneliti dan menelaah peraturan perundang-undangan, teori, konsep yang terkait dengan pelaku usaha pembuatan film (rumah produksi) dan perlindungan konsumen.

Hasil yang diperoleh penelitian ini ialah penonton film dan pelaku usaha pembuatan film (rumah produksi) merupakan subjek dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga undang-undang tersebut dapat digunakan untuk melindungi penonton film. Mengenai standar yang harus digunakan bagi pelaku usaha pembuatan film (rumah produksi) dalam memberikan produk yang sesuai kepada penonton film adalah harus memenuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kata kunci: *penonton film, rumah produksi, konsumen, pelaku usaha, perlindungan konsumen*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulisan hukum berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENONTON FILM ATAS KONTEN IKLAN (TRAILER) YANG TIDAK SESUAI DENGAN FILM YANG DITAYANGKAN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”** ini dapat selesai tepat pada waktunya. Penulisan hukum ini telah melalui berbagai tahap, dimulai dari seminar judul penulisan hukum, bimbingan, yang diakhiri dengan sidang penulisan hukum.

Penulis menyadari bahwa penulisan hukum ini jauh dari sempurna sehingga terdapat beberapa kekurangan dan kesalahan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Oleh karenanya, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari para pembaca yang dapat membantu penulis dalam menyempurnakan penulisan hukum ini.

Penulis pun menyadari bahwa penulisan hukum ini terwujud berkat semua pihak yang turut mendukung penulis dan memberi semangat kepada penulis selama penulisan hukum ini dikerjakan. Dukungan dan semangat ini juga diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat dan rahmat-Nya , penulis selalu dikaruniai kesehatan, kemampuan, dan kelancaran untuk menyelesaikan penulisan hukum selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan.
2. Wendy Saputra dan Lusiana Dewi, selaku Ayah dan Ibu penulis yang telah membantu Penulis baik dari materil maupun dukungan moril. Tanpa doa dan dukungan kalian, Penulis tidak mungkin bisa sampai di tahap ini. Semoga kalian sehat dan sukses selalu.
3. Bapak Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M. selaku dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan hukum. Terima kasih

atas bimbingan dan kesabaran Bapak selama proses bimbingan sehingga penulisan hukum ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Terimakasih juga atas ilmu serta nasihat yang Bapak berikan selama perkuliahan.

4. Ibu Prof. Dr. Bernadette Mulyati Waluyo, S.H., M.H., CN., selaku dosen penguji dalam sidang penulisan hukum dan pengajar Penulis dalam mata kuliah hukum perikatan. Terima kasih telah meluangkan waktu dan pikiran Ibu pada saat sidang penulisan hukum sehingga sidang dapat dilaksanakan dengan lancar. Terimakasih juga atas ilmu serta nasihat yang Ibu berikan selama perkuliahan.
5. Bapak Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum. selaku dosen pembimbing proposal. Terima kasih telah membimbing penulis selama proses menuju tahap seminar proposal serta terima kasih pula atas waktu dan kesediaan Bapak selama ini karena penulis senantiasa mendatangi Bapak untuk berkonsultasi.
6. Ibu Prof. Dr. Catharina Dewi Wulansari, S.H., M.H. selaku dosen wali penulis yang telah membimbing Penulis dari awal perkuliahan hingga semester akhir.
7. Sahabat Not Like This dan Kombet Lonrab, Arthur Siagian (Ahok), Chrisandya Sinurat (Sandy), Yoshua (Iyosh), Ocky Jr, Jonatan Purba (Jopur), Raynaldo Ernesto, Pernando, Erwin Jo, Imanuel Aditya, Nico Putra Prawira. Terimakasih telah menjadi sahabat penulis dan menemani hari-hari penulis (setiap hari). *See you on top.*
8. Sahabat Warung Kapitalis, Reynaldi Gautama, Kaleb Davin, Antonius Jeffrey, Yoseph Halim, Hans Christian, Kevin Denisa, Diza Yuan, Renaldy Wahyu, Jason Ananda, Julius Valentino telah menemani hari-hari penulis saat susah dan senang, dan merupakan tempat berkumpul untuk bercengkrama dan melepas penat.
9. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Sepak Bola yang menjadi organisasi pertama yang Penulis ikuti sebagai mahasiswa di FH UNPAR. Terima kasih telah menjadi wadah Penulis untuk menyalurkan hobi.

10. Teman-teman FH UNPAR terutama angkatan 2014 yang telah mewarnai kehidupan penulis karena kehadiran kalian menambah cerita-cerita indah selama penulis menempuh perkuliahan di FH UNPAR.

Akhir kata, semoga penulisan hukum ini bermanfaat bagi pembaca dan semakin memperkaya perkembangan dunia hukum di Indonesia.

Bandung, 10 Januari 2020

Kennie Jefferson

2014200209

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4 Tinjauan Pustaka.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Metode Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	14
2.1 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen di Indonesia	14
2.1.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	14
2.1.2 Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha	17
2.1.3 Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Pelaku Usaha	19
2.1.4 Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha	23
2.2 Pelanggaran Hak Konsumen dan Pertanggungjawaban Pelaku Usaha	27
2.2.1 Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Pelanggaran Hak Konsumen	27
2.2.2 Tanggung Jawab Pelaku Usaha menurut UUPK.....	30
2.2.3 Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	31
BAB III PENGATURAN FILM DAN SENSOR FILM BERDASARKAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA	35
3.1 Pengaturan Film dalam Sistem Hukum Indonesia	35
3.1.1 Pengertian dan Klasifikasi Jenis Film	35
3.1.2 Pengaturan Konten Film dan Kategorisasi penonton film	39
3.2 Tinjauan Umum Proses Produksi dan Peredaran Film	42
3.2.1 Proses Produksi Film dan Peredaran Film	42
3.2.2 Para Pihak Yang Terlibat dalam Industri Perfilman	45
3.2.3 Hubungan Antar Pihak dalam Industri Perfilman.....	48

3.3 Ketentuan Sensor Film berdasarkan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia	50
3.3.1.Pengertian dan Tujuan Kegiatan Penyensoran	50
3.3.2 Tugas dan Fungsi Lembaga Sensor Film	51
3.3.3.Konsekuensi Tindakan Penyensoran Terhadap Film Yang Ditayangkan	52
BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENONTON FILM BIOSKOP ATAS KONTEN IKLAN (<i>TRAILER</i>) YANG TIDAK SESUAI DENGAN FILM YANG DITAYANGKAN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	55
1. Kedudukan Penonton Film dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	55
2. Analisis Perlindungan Hukum Bagi Penonton film bioskop atas ketidaksesuaian trailer film dengan film yang ditayangkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen	60
PENUTUP	71
1.Kesimpulan	71
2.Saran	72
Daftar Pustaka	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi dalam kehidupan masyarakat modern merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting terutama untuk menerima dan menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak yang lain. Dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, informasi tentang peristiwa-peristiwa, pesan, pendapat, berita, ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat menyebabkan media massa, televisi, film, dan lainnya mempunyai peranan penting dalam proses transformasi nilai-nilai dan norma-norma baru kepada masyarakat¹.

Film sebagai salah satu media komunikasi turut memegang peranan penting dalam pembentukan kebudayaan. Menurut Effendy, film merupakan salah satu media komunikasi yang bersifat audio visual dan ditujukan untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Pesan film sebagai media komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi².

Di Indonesia, hal-hal yang berkaitan dengan film diatur secara khusus melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman (selanjutnya disebut UU Perfilman). Pengertian film menurut Pasal 1 Ayat 1 UU Perfilman adalah:

¹Morina Kartika Santoso, "Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Perfilman di Indonesia", *Lex et Societas*, Vol.IV/No.8/Ags/2016, hlm. 89.

²Ardi Al-Maqassary, Film Sebagai Media Komunikasi Massa, Jurnal Hasil Riset, diakses dari <http://www.e-jurnal.com/2014/01/film-sebagai-media-komunikasi-massa.html>(diakses 7 Maret 2018 pada pukul 18.00 WIB).

“Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.”

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa film merupakan karya visual berupa objek pemberian informasi yang diberikan dari pembuat film kepada orang-orang yang menonton film tersebut. Dengan demikian film dapat dikategorikan sebagai media komunikasi massa karena ditujukan kepada sejumlah besar orang.

Pertunjukan dari film, dapat dilakukan melalui layar lebar, penyiaran televisi dan jaringan teknologi informatika³. Sedangkan pertunjukan film layar lebar meliputi pertunjukan film di bioskop, di gedung pertunjukan bukan bioskop dan di lapangan terbuka⁴. Penulis dalam hal ini hanya akan membahas mengenai pertunjukan film layar lebar di bioskop.

Di dalam industri perfilman, terdapat orang-orang yang melakukan kegiatan komersil. Dalam UU Perfilman, orang-orang tersebut disebut sebagai pelaku usaha perfilman⁵. Pelaku usaha perfilman dapat diartikan sebagai pihak yang melakukan kegiatan yang berkaitan secara langsung dengan film dan mencari keuntungan dari kegiatan tersebut. Pihak-pihak dalam pelaku usaha perfilman tersebut melakukan kegiatan perfilman, dari mulai dibuatnya film, hingga dapat dinikmati oleh penonton.

Pengaruh globalisasi dan perdagangan bebas didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak kegiatan perfilman di Indonesia, sehingga film yang beredar di masyarakat semakin bervariasi, baik film produksi dalam negeri maupun film produksi luar negeri⁶. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa film layar lebar dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu film Indonesia dan impor. Film

³Lihat Pasal 30 UU ayat (1) Perfilman.

⁴Lihat Pasal 30 ayat (2) UU Perfilman.

⁵Lihat Pasal 9 ayat (2) UU Perfilman.

⁶*Supra Note* 1, hlm. 89-90.

Indonesia adalah film yang diproduksi di Indonesia, sedangkan film impor adalah film yang diproduksi di luar Indonesia.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi penonton karena kebutuhan mereka akan film yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih dan menikmati film sesuai dengan keinginan penonton⁷.

Dalam rangka menarik perhatian penonton, salah satu caranya adalah pelaku usaha perfilman melakukan promosi dengan menampilkan *trailer* film pada berbagai macam media komunikasi. *Trailer* film itu berisi cuplikan-cuplikan cerita dalam film. Mengenai hal tersebut, UU Perfilman mengatur bahwa iklan film wajib sesuai dengan isi film⁸. Jadi, *trailer* film harus sesuai dengan film karena pada dasarnya *trailer* film merupakan bagian dari iklan film. Hal tersebut diatur dalam UU Perfilman Pasal 21 yaitu :

1. Dalam pembuatan film dapat dilakukan pembuatan iklan film.
2. Iklan film sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib sesuai dengan isi film.

Disadari atau tidak, tampaknya iklan dipercaya untuk mendongkrak penjualan oleh kebanyakan pengusaha yang punya anggaran besar untuk kegiatan promosinya⁹.

Inti dari iklan film adalah memberikan informasi sebelum film yang akan ditayangkan kepada calon penonton sebagai informasi, motivasi dan hiburan¹⁰. Melalui iklan film, pelaku usaha bermaksud memberi informasi kepada masyarakat atas suatu produk film yang telah di produksinya, oleh

⁷Supra Note 1, hlm. 89-90.

⁸Lihat Pasal 21 ayat (2).

⁹ Taufik H. Simatupang, "Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen", Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 9.

¹⁰Fransisca Mulyono, "Informasi Produk Dalam Iklan dan Perlindungan Konsumen Indonesia", Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar, Vol.14 Nomor 2, Agustus 2010, hlm. 36.

karena itu pelaku usaha harus menempuh berbagai macam cara yang dianggap dapat menyampaikan tujuannya secara efektif dan efisien¹¹.

Pada praktiknya, terkadang pelaku usaha perfilman menayangkan *trailer* film namun tidak sesuai dengan film aslinya. Dapat terjadi *trailer* film yang dipromosikan kepada penonton terlihat sangat menarik, namun ternyata bagian atau cuplikan dalam *trailer* film tersebut tidak ada film aslinya. Tentu hal ini melanggar ketentuan dalam UU Perfilman dan merugikan penonton yang tercantum didalam UU Perfilman Pasal 21 ayat 2 yang mengatakan bahwa :

“Iklan film sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib sesuai dengan isi film.”

Tams Djayakusumah mengemukakan bahwa:

“Periklanan adalah salah satu bentuk spesialisasi publisistik yang bertujuan untuk mempertemukan satu pihak yang menawarkan sesuatu dengan pihak lain yang membutuhkannya.”¹²

Berkaitan dengan hal tersebut, di Indonesia berlaku Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut sebagai UUPK) yang mengatur perlindungan terhadap konsumen. Dalam Pasal 1 ayat (1) UUPK disebutkan bahwa :

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang memberikan kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. ”

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan/atau jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa itu¹³. Barang menurut Pasal 1 ayat (5) UUPK adalah :

¹¹Hani Aisah Fara, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pariwisata Yang Dilarang Untuk Ditayangkan”, UNNES LAW JOURNAL, hlm. 52.

¹²Tams Djayakusumah, “Periklanan”, Armico, Bandung, 1982, hlm. 9.

¹³*Supra Note 1*, hlm. 91.

“Setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

”Sedangkan yang dimaksud dengan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi¹⁴.

Pertanyaan yang timbul adalah apakah penonton yang telah dibahas sebelumnya dapat dikategorikan sebagai konsumen dalam UUPK? Hal itulah yang akan dikaji terlebih dahulu dalam penulisan hukum ini.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa pembuat film tidak boleh menampilkan *trailer* film yang berbeda dengan film secara penuhnya (film yang ditayangkan di bioskop). Masalah yang kemudian timbul adalah jika film tersebut tidak sesuai dengan *trailer* filmnya karena telah mendapatkan telah disensor sebelumnya oleh otoritas yang berwenang. Contoh kasusnya adalah :

Delapan tahun setelah perilisian *Fantastic Four: Rise of the Silver Surfer* (2007), *20th Century Fox* memutuskan untuk me-reboot *Fantastic Four* pada 2015. Sejak awal, pengembangan film ini sudah menimbulkan kontroversi di antara penggemar karena *20th Century Fox* memilih aktor ras kulit hitam, yaitu Michael B. Jordan, untuk memerankan *Human Torch*.

Walau sempat mengecewakan dengan pemilihan aktor, penggemar sempat dibuat optimis dengan *Fantastic Four* ketika *trailer*-nya dirilis. Kelompok

¹⁴Janus Sidabalok, “Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia”, Citra Aditya Bakti , Bandung, 2006, hlm. 17.

superhero ini seakan bakal menghadapi pertempuran hebat dengan Dr. Doom.

Namun saat dirilis, *Fantastic Four* benar-benar mengecewakan penggemar. Parahnya lagi, banyak adegan yang ada di *trailer* ternyata enggak muncul di filmnya. Selain itu, Dr. Doom juga tampil sangat singkat. Film ini seakan hanya memperlihatkan bagaimana *Fantastic Four* mempelajari kekuatannya.

Di Indonesia, lembaga yang berwenang untuk melakukan sensor terhadap film adalah Lembaga Sensor Film (yang selanjutnya disebut sebagai LSF). Setiap film yang diedarkan dan/atau dipertunjukkan kepada khalayak umum wajib disensor terlebih dahulu oleh LSF untuk memperoleh surat tanda lulus sensor.¹⁵ Apabila film tidak lulus sensor maka akan dikembalikan kepada pemilik film untuk diperbaiki. Pengembalian film oleh LSF yang mengandung tema, gambar, adegan, suara dan teks terjemahan yang tidak sesuai dengan pedoman dan kriteria sensor kepada pemilik film. Film yang sudah diperbaiki oleh pemilik film dapat diajukan lagi untuk diteliti dan dinilai kembali oleh LSF¹⁶. *Trailer* film umumnya kita temui di media sosial seperti *youtube*, dll. *Trailer* film menunjukkan cuplikan-cuplikan adegan yang nantinya akan tayang di film penuhnya, *trailer* film juga umumnya adalah untuk film-film yang tayang di bioskop, beda halnya dengan *CD/VCD* film yang akan mulai dijual apabila film penuhnya sudah tayang terlebih dahulu di bioskop. Maka dari itu, penulis akan memfokuskan pembahasan penonton yang menonton film di bioskop saja.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan dalam bentuk peraturan berupa Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2014 tentang Lembaga Sensor Film (yang selanjutnya disebut PP LSF), yang menetapkan Lembaga Sensor Film sebagai institusi yang berwenang

¹⁵ Pasal 2 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2014 Tentang Lembaga Sensor Film;

¹⁶ Diakses dari <http://m.hukumonline.com/klinik/detail/lt57e382ada65e8/kriteria-penyensoran-film-di-indonesia>. Pada 13 Maret 2018 pukul 16.00.

untuk mengadakan kegiatan penyensoran film dan reklame film. Lembaga Sensor Film melindungi konsumen dari pengaruh negatif film dari adanya dorongan kekerasan, penonjolan pornografi, dan pengaruh budaya asing yang tidak sesuai dengan ideologi Pancasila dan jati diri bangsa Indonesia¹⁷.

Menurut PP LSF Pasal 8, LSF mempunyai wewenang antara lain sebagai berikut:

- a) Penentuan penggolongan usia penonton;
- b) Pengembalian film dan iklan film yang tidak sesuai dengan pedoman dan kriteria penyensoran untuk diperbaiki oleh pemilik film dan iklan film;
- c) Penyensoran ulang (*re-cencor*) film dan iklan film yang sudah diperbaiki oleh pemilik film dan iklan film sesuai pedoman dan kriteria penyensoran;
- d) Pemberian surat tanda lulus sensor yang dibubuhkan untuk setiap kopi-jadi film dan iklan film yang dinyatakan telah lulus sensor;
- e) Pembatalan surat tanda lulus sensor;
- f) Pengusulan sanksi administratif kepada Pemerintah terhadap pelaku kegiatan perfilman atau pelaku usaha perfilman yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Perfilman;
- g) Pelaporan kegiatan sensor film dan iklan film baik lulus dan yang tidak lulus sensor kepada Presiden melalui Menteri secara periodik.

Penyensoran dilaksanakan dengan prinsip dialog dengan pemilik film yang disensor yaitu pelaku kegiatan perfilman, pelaku usaha perfilman, perwakilan diplomatik atau badan internasional yang diakui Pemerintah. Film yang mengandung tema, gambar, adegan, suara, dan teks terjemahan yang tidak sesuai dengan pedoman dan kriteria sensor dikembalikan kepada pemilik film untuk diperbaiki sesuai dengan pedoman dan kriteria sensor¹⁸.

Selain masyarakat wajib dilindungi dari pengaruh negatif film, masyarakat juga diberi kesempatan untuk berperan serta dalam perfilman, baik secara perseorangan maupun secara kelompok. Peran serta masyarakat dilembagakan dalam badan perfilman Indonesia yang dibentuk oleh masyarakat dan dapat di fasilitasi oleh Pemerintah. Badan tersebut

¹⁷*Supra Note* 1, hlm. 93.

¹⁸*Supra Note* 1, hlm. 93.

mempunyai tugas terutama meningkatkan apresiasi dan promosi perfilman¹⁹.

Di dalam Pasal 2 PP LSF mengatur bahwa:

- 1) Setiap film dan iklan film yang akan diedarkan dan/atau dipertunjukkan wajib memperoleh surat tanda lulus sensor.
- 2) Film sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berbentuk film cerita atau film noncerita.
- 3) Iklan film sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berbentuk poster, *stillphoto*, *slide*, klise, *trailer*, *banner*, pamflet, brosur, baliho, spanduk, *folder*, plakat, dan sarana publikasi dan promosi lainnya.
- 4) Film sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencakup film iklan.

Dengan adanya peraturan tersebut, dapat dikatakan bahwa film dan *trailer* film harus diperiksa terlebih dahulu agar mendapatkan surat tanda lulus sensor dari LSF sehingga film dan *trailer* film yang ada tidak menyimpang dari nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat Indonesia. Timbul permasalahan mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas ketidaksesuaian *trailer* film dengan film aslinya apabila ketidaksesuaian tersebut diakibatkan oleh penyensoran dari LSF.

Berdasarkan penjelasan dari penulis di atas, ditemukan permasalahan dimana penulis tertarik untuk membahasnya menjadi penulisan hukum.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana Penulis sampaikan di atas, Penulis menyimpulkan terdapat beberapa masalah hukum yang perlu dikaji lebih lanjut:

1. Apakah penonton film bioskop dapat dikategorikan sebagai konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

¹⁹*Id.*

2. Bagaimana perlindungan penonton film bioskop atas konten iklan (*trailer*) yang tidak sesuai dengan film yang ditayangkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini sesuai dengan masalah yang timbul, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah penonton dapat dikategorikan sebagai konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan penonton film bioskop atas konten iklan (*trailer*) yang tidak sesuai dengan film yang ditayangkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1.4 Tinjauan Pustaka

Film

Film menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan dalam bioskop). Sedangkan, menurut UU Perfilman, film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

Iklan film

Iklan film menurut UU Perfilman adalah bentuk publikasi dan promosi film. Di dalam PP LSF Pasal 2 ayat 3 menyebutkan bentuk-bentuk iklan

film yaitu berbentuk poster, *stillphoto*, *slide*, klise, *trailer*, *banner*, pamflet, brosur, baliho, spanduk, *folder*, plakat, dan sarana publikasi dan promosi lainnya. Yang hendak dibahas oleh penulis adalah yang berbentuk *trailer*.

Hubungan *trailer* film dengan film yang ditayangkan

Trailer film merupakan iklan dari film sebelum film ditayangkan sehingga dapat menarik minat calon penonton untuk menonton film yang hendak ditayangkan. Apabila *trailer* film berbeda dengan film yang ditayangkan di bioskop tentunya akan merugikan penonton film yang telah membayar untuk menonton film tersebut.

Hak dan kewajiban konsumen

Apabila penonton film merupakan konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen maka kepentingan-kepentingannya harus dilindungi dengan harus dipastikannya konsumen telah melaksanakan hak dan kewajibannya dengan baik.

Menurut Pasal 4 UUPK, hak-hak konsumen adalah:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan, kewajiban konsumen menurut UUPK Pasal 5 adalah:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak dan kewajiban pelaku usaha

Hak-hak pelaku usaha menurut UUPK Pasal 6 adalah:

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha menurut UUPK Pasal 7 adalah:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak dari tercapainya suatu tujuan penelitian. Apabila tujuan dapat tercapai dan rumusan masalah dapat terpecahkan secara tepat dan akurat, maka akan dirasakan manfaatnya secara praktis maupun secara teoritis. Dalam hal ini, manfaat penelitian yang akan dirasakan berupa menambah wawasan pembaca terutama mengenai hal-hal yang berkenaan dengan perfilman di Indonesia terutama mengenai bagian beberapa dan/atau seluruhnya iklan film yang tidak sesuai dengan film aslinya terkait dengan kerugian penonton, serta bagaimana UUPK memberikan perlindungan terhadap kerugian yang dialami penonton.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penulisan hukum ini adalah metode penelitian yuridis normatif, dimana penelitian dilakukan dengan melihat pada sumber hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan, sumber hukum sekunder seperti buku-buku hukum termasuk skripsi, tesis, disertasi hukum, dan jurnal-jurnal hukum, dan sumber hukum tersier seperti KBBI dan Internet.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini penulis akan menjelaskan hal-hal yang menjadi latar belakang dilakukannya penulisan ini, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan rencana sistematika penulisan.

BAB II: Perindungan Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai tinjauan umum atas perlindungan konsumen yang ada di Indonesia.

BAB III: Pengaturan Film dan Sensor Film Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai tinjauan umum atas perfilman di Indonesia.

BAB IV : Analisis Perlindungan Hukum terhadap Penonton Film Bioskop atas Konten Iklan (*trailer*) Yang Tidak Sesuai Dengan Film Yang Ditayangkan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pada bab ini akan dibahas akibat hukum yang terjadi sebagai konsekuensi dari analisa yang dilakukan pada bab II, apakah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat di implementasikan pada perlindungan terhadap penonton film.

BAB V: Penutup

Pada bab ini penulis akan membuat kesimpulan atas seluruh permasalahan yang terdapat dalam bab-bab sebelumnya dan memberikan saran mengenai permasalahan tersebut.

