

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Dengan diadakannya otonomi daerah menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma dari sistem pemerintahan yang bercorak sentralisasi mengarah kepada sistem pemerintahan yang desentralisasi, yaitu dengan memberikan keleluasaan kepada daerah dalam mewujudkan daerah otonom yang luas dan bertanggung jawab, untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat sesuai kondisi dan potensi wilayahnya<sup>1</sup>.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (selanjutnya disebut UU PEMDA), otonomi yang seluas-luasnya bagi Pemerintah Kota, khususnya kota Bandung merupakan peluang dan sekaligus tantangan. Peluang disini bagi pemerintahan daerah yang memiliki potensi sumber daya alam yang memadai untuk mengelola sendiri potensi tersebut, sedangkan bagi pemerintah daerah yang mempunyai sumber daya alam yang kurang memadai justru merupakan tantangan.

Seiring dengan pelaksanaan Otonomi Daerah yang dititikberatkan pada Daerah Kabupaten/Kota, maka Pemerintah Kota Bandung berupaya mengembangkan mekanisme pembiayaan dengan menggali berbagai bentuk

---

<sup>1</sup> repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/52513/4/Chapter%20I.pdf . Diunduh pada 10 Febuari 2016 jam 14.00 wib.

pembiayaan yang potensial untuk menunjang pembangunan daerah sekaligus untuk peningkatan mutu pelayanan kepada masyarakat. Salah satu aspek yang menjadi perhatian Pemerintah Kota Bandung dalam hal peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui penyelenggaraan pemasangan reklame. Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan/ atau corak ragamnya untuk tujuan komersil dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, seseorang atau badan yang diselenggarakan/<sup>ditempatkan</sup> atau dapat dilihat, dibaca dan/ atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah<sup>2</sup>. Penyelenggaraan reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan, jenis, perizinan, penyelenggara, pengendalian, pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi. Tata ruang adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang, baik direncanakan maupun tidak. Salah satu ciri pemerintahan yang efektif adalah komitmennya untuk memberlakukan dan menegakkan aturan perundangan yang telah dibuatnya.

Pada saat ini perusahaan berupaya dalam melakukan promosi terhadap produksi barang atau jasa yang dihasilkannya kepada konsumen. Untuk itu dalam upaya melakukan promosi banyak cara untuk melakukannya, salah

---

<sup>2</sup> Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Reklame

satunya yang paling dikenal dan sering dilihat adalah iklan yang dipasang pada papan reklame. Reklame merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem dan sosial masyarakat modern. Reklame sudah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen produk dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan reklame dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya<sup>3</sup>

Pada dasarnya pemasangan papan reklame mempunyai prosedur dan tata cara tersendiri dan dalam pelaksanaannya juga terkait antara beberapa pihak yang berkepentingan dalam pemasangannya, antara lain :

1. Pihak Pemerintah

Pemerintah yang dimaksud disini adalah pemerintah daerah (kabupaten, kota) tempat dimana papan reklame akan dipasang. Pemerintah kota/kabupaten memiliki kewenangan memberi izin pemasangan papan reklame dimaksud sesuai dengan peraturan daerah setempat yang dikeluarkan oleh Bupati/Walikota, yang kemudian melimpahkannya di bawah wewenang Dinas Pertamanan Dan Tata Ruang Kota

---

<sup>3</sup> Lukman Wirianto, *Peran Reklame/Iklan Dalam Mempromosikan Produk Dan Jasa*, Jakarta: Graha Ilmu, 2010, hlm. 7.

## 2. Pihak Penyelenggara Reklame

Pihak penyelenggaraan reklame pihak perusahaan Advertasing dalam operasionalnya wajib mengajukan permohonan untuk memperoleh izin usaha pemasangan papan reklame dengan terlebih dahulu melengkapi berbagai persyaratan yang telah ditentukan.

## 3. Pihak Perusahaan Produk Dan Jasa

Pihak perusahaan produk dan jasa adalah pihak yang memiliki dan memasarkan suatu produk dan jasa agar diketahui oleh masyarakat.

Dalam upaya menertibkan penyelenggaraan reklame agar lebih selaras dengan estetika kota, Pemerintah Kota Bandung telah mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame (selanjutnya disebut Perda penyelenggaraan reklame). Untuk mengimplementasikannya telah dikeluarkan pula Peraturan Walikota Bandung Nomor 1051 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame (selanjutnya disebut Perwal Penyelenggaraan Reklame). serta Peraturan Walikota Nomor 495 Tahun 2015 Tentang Standar Operasional Prosedur Pelayanan Perizinan Terpadu.

Tujuan dikeluarkannya Perda Penyelenggaraan Reklame itu adalah untuk mengendalikan tata ruang kota, meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, melindungi kepentingan dan ketertiban umum, serta meningkatkan PAD (Selanjutnya disebut Pendapatan Asli Daerah) Kota Bandung melalui penerimaan pajak reklame.

Pasal 2 ayat (2) huruf b Perda penyelenggaraan reklame no 04 Tahun 2012 menegaskan :

“Kawasan Tanpa Penyelenggaraan Reklame (Kawasan Bebas) adalah kawasan yang tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame yaitu gedung dan /atau halaman kantor pemerintahan,tempat pendidikan, tempat-tempat ibadah, lintasan jalan kereta api,rumah sakit, Kantor militer/kepolisian,taman kota, Jalan Asia Afrika, Jalan Braga, Jalan R.A.A Wiranatakusumah, Jalan Pajajaran, Jalan Ir.H. Juanda, Jalan Dr. Junjuran dan Jalan Pasteur.”

Selain itu Pasal 8 Perda Penyelenggaraan reklame no 04 Tahun 2012 menjelaskan tentang mekanisme perizinan peletakan reklame :

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis penyelenggaraan reklame dari Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.
- (2) Untuk memperoleh izin penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), penyelenggara reklame harus mengajukan permohonan secara tertulis kepada Walikota, dengan dilengkapi persyaratan administrasi yang ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
- (3) Izin penyelenggaraan reklame dapat diberikan kepada penyelenggara reklame atau jasa periklanan/biro reklame apabila:
  - a.melengkapi persyaratan administrasi
  - b.membayar pajak reklame.

Bedasarkan pasal-pasal tersebut di atas, sangat jelas bahwa penempatan dan pemasangan reklame di Kota Bandung harus memiliki kriteria antara lain tidak mengganggu atau membahayakan pejalan kaki, pengendara atau pengguna jalan yang lain seperti konstruksi yang tepat, kuat, dan tidak membahayakan, struktur yang permanen, tidak membentangi jalan (kecuali terpasang pada jembatan penyeberangan orang dan/atau Bando Jalan), untuk reklame yang terpancang pada persil, proyeksi bidang reklame tidak melewati batas persil dan/atau pagar, untuk reklame yang terpancang pada bahu jalan, trotoar atau median jalan, dengan tinggi ruang bebas kurang dari 5,5 (lima koma lima) meter, proyeksi bidang reklame tidak melewati batas perkerasan jalantidak rancu dan tidak menghalangi rambu-rambu lalu-lintas dan Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas (selanjutnya disebut APILL), pencahayaan tidak menyilaukan pengendara dan pengguna jalan, efektif dalam menyampaikan informasi<sup>4</sup>.

Dalam kenyataannya di lapangan, implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung banyak menyalahi unsur kandungan yang ada dalam Perda maupun Perwal tentang penyelenggaraan reklame yang ada, seperti menyalahi aturan perizinan, melanggar prosedur yang sudah ditetapkan pemerintah, memasang reklame di titik zona bebas reklame, sehingga

---

<sup>4</sup> <http://unfari.ac.id/assets/file/f0d4d508e257b7213f69c3651eb2ce00.pdf> , diunduh pada 10 Februari 2016 jam 14.30 wib.

tujuan dikeluarkannya Perda maupun Perwal tentang penyelenggaraan reklame, yaitu untuk mengendalikan estetika ruang kota, meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, melindungi kepentingan dan ketertiban umum, serta meningkatkan PAD Kota Bandung melalui penerimaan pajak reklame belum maksimal tercapai.

Sebagai contoh belakangan ini di Kota Bandung kurang lebih sebanyak ratusan reklame yang tidak berizin atau ilegal telah ditertibkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung. Penertiban ini telah dilakukan sejak awal tahun 2016 hingga sekarang. Titik-titik penertiban dilakukan berdasarkan atas rekomendasi dari pengawas dan pengendalian Pemerintah Kota Bandung. Pihak yang bertugas mengawasi reklame ilegal dalam hal ini adalah Dinas Pertamanan dan Pemakaman. Oleh karenanya jika dilaporkan maka petugasnya akan langsung bergerak untuk mencopot. Dengan adanya kasus ini masyarakat beranggapan bahwa perusahaan produk dan jasa yang seakan-akan melanggar peraturan yang ada, padahal di balik itu sebenarnya ada pihak lain yang juga bertanggung jawab terhadap hal itu yaitu perusahaan penyelenggara reklame bukan perusahaan produk tersebut.<sup>5</sup>

Disisi lain, ada juga kasus terkait kasus pemalsuan izin reklame yang terpasang di atas jembatan layang Pasopati Kota Bandung. Kejaksaan Negeri (Kejari) Bandung telah menetapkan seorang oknum PNS Satpol PP Kota

---

<sup>5</sup> <http://bandung.merdeka.com/halo-bandung/200-reklame-ilegal-di-kota-bandung-ditertibkan-160415g.html>, diunduh pada tanggal 19 Mei 2016, jam 19.00 wib.

Bandung berinisial AA sebagai tersangka dalam kasus pemerasan pengurusan izin reklame di 16 titik di Kota Bandung. Oknum tersebut juga diduga menyalahgunakan kewenangan dengan mengeluarkan izin palsu. Selain menyalahgunakan kewenangan, oknum tersebut juga diduga menerbitkan izin yang tidak benar. Dugaan lain izinnya dipalsukan, Tapi oknum ini memegang surat izin itu dan yang berhak mengeluarkan izin tidak merasa mengeluarkan izin. Atas perbuatan tersangka tersebut, reklame iklan tersebut pernah dibongkar karena tidak memiliki izin. Padahal menurut perusahaan advertising itu sudah membayar kepada Pemerintah. Terkait hal tersebut di atas ada pihak yang sangat dirugikan yaitu perusahaan produk dan jasa<sup>6</sup>, sehingga hal ini menjadi sesuatu yang perlu diangkat dalam penulisan tugas akhir ini

Berdasarkan penelusuran yang penulis lakukan, belum ada skripsi yang membahas topik ini, disini penulis menitikberatkan pada mekanisme perizinan periklanan, namun ada beberapa skripsi yang membahas reklame akan tetapi lebih kepada persoalan pajak reklame dan estetika keindahan kota Bandung seperti skripsi yang berjudul “Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung” dan “Pengelolaan Penyelenggaraan Reklame Terhadap Estetika Dan Keindahan

---

<sup>6</sup> <http://news.detik.com/jawabarat/2846755/pejabat-satpol-pp-kota-bandung-jadi-tersangka-pemerasan-izin-reklame>, diunduh pada tanggal 19 Mei 2016, jam 19.00 wib.

Kota Bandung” Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang dalam skripsi yang berjudul :

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PERUSAHAAN PRODUK DAN JASA YANG MENJADI KORBAN ATAS PELANGGARAN YANG DILAKUKAN OLEH PENYELENGGARA REKLAME TERKAIT PENURUNAN PAKSA REKLAME DIKAITKAN DENGAN KEWENANGAN PEMERINTAH KOTA BANDUNG DALAM PENERTIBAN PEMASANGAN REKLAME**

**B. Identifikasi Masalah**

1. Apa kriteria yang menjadi dasar bagi Pemerintah Kota Bandung untuk melakukan penurunan paksa atas sebuah reklame ?
2. Bagaimana pertanggung jawaban hukum pihak penyelenggara reklame kepada perusahaan produk dan jasa atas terjadinya penurunan reklame oleh Pemerintah Kota Bandung dikarenakan titik pemasangan reklame merupakan titik ilegal ?

**C. Tujuan Penulis**

Berdasarkan identifikasi permasalahan sebagaimana dikemukakan di atas, maka tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji kriteria yang menjadi dasar bagi pemerintah kota Bandung untuk melakukan penurunan paksa atas sebuah reklame.

2. Untuk mengkaji pertanggungjawaban hukum pihak penyelenggara reklame kepada perusahaan produk dan jasa atas terjadinya penurunan reklame oleh pemerintah kota Bandung dikarenakan titik tempat pemasangan reklame merupakan titik illegal

#### **D. Kegunaan Penulisan**

Dari tujuan-tujuan tersebut di atas, maka diharapkan penulis dan pembahasan penulisan hukum ini dapat memberikan kegunaan atau manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai bagian yang tak terpisahkan, yaitu :

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Dari segi teoritis akademis, penulisan ini diharapkan berguna dan memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam hal pertanggung jawaban penyelenggara reklame terhadap konsumen berdasarkan Perundang-undangan di Indonesia yang berlaku.
- b. Memberikan sumbangan pemikiran dari sudut pandang perspektif penulis mengenai perlindungan hukum bagi perusahaan pengiklan dalam menggunakan jasa penyelenggara reklame yang ditinjau berdasarkan peraturan perundang-undangan.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Memberikan solusi atas permasalahan yuridis yang terjadi, berkaitan dengan tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen.

- b. Memberikan wawasan bagi pelaku bisnis periklanan perihal kewajiban hukum yang mengikat dirinya dalam menjalankan kegiatan usaha.
- c. Memberikan masukan dan pengetahuan masyarakat perihal adanya perlindungan hak yang dijamin oleh undang-undang.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Pada dasarnya pemasangan papan reklame mempunyai prosedur dan tata cara tersendiri dan dalam pelaksanaannya juga terkait antara beberapa pihak yang berkepentingan dalam pemasangannya, antara lain :

1. Pihak Pemerintah
2. Pihak Penyelenggaraan Reklame
3. Pihak Perusahaan Produk dan Jasa

Dalam hal ini, permasalahan yang akan dibahas adalah berkenaan dengan tanggungjawab penyelenggara reklame atas wansprestasi yang dilakukannya terhadap perusahaan yang akan mengiklankan. Hal ini merupakan suatu bentuk perjanjian di mana para pihak memiliki kedudukan hak dan kewajiban yang seimbang satu sama lain. **R. Subekti** menyatakan bahwa perjanjian adalah “suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu”.

Hukum perjanjian di Indonesia diatur dalam Buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata tentang perikatan. Dalam Pasal 1313 Kitab Undang-

Undang Hukum Perdata memberikan definisi “perjanjian” atau “persetujuan” sebagai “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”<sup>7</sup>.

Buku III KUH Perdata Pasal 1320 KUHPerdata menentukan empat syarat untuk sahnya suatu perjanjian, yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang diperkenankan.

Dalam suatu bentuk perjanjian pada umumnya dikenal asas kebebasan berkontrak atau yang sering juga disebut sebagai sistem terbuka. Asas kebebasan berkontrak adalah adanya kebebasan seluas-luasnya yang oleh undang-undang diberikan kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian tentang apa saja, asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kepatutan dan ketertiban umum. Asas kebebasan berkontrak menurut hukum perjanjian Indonesia meliputi ruang lingkup sebagai berikut :

1. Kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian;
2. Kebebasan untuk memilih pihak dengan siapa ia ingin membuat perjanjian;
3. Kebebasan untuk menentukan atau memilih causa dari perjanjian;
4. Kebebasan untuk menentukan objek perjanjian;

---

<sup>7</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, hlm 1.

5. Kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian;
6. Kebebasan untuk menerima atau menyimpangi ketentuan undang-undang yang bersifat opsional<sup>8</sup>.

Pemerintah mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk mengusahakan kesejahteraan bagi warganya. Oleh karena itu dibutuhkan sikap pemerintah yang proaktif. Salah satu peran serta pemerintah selaku penguasa terhadap aktivitas masyarakatnya adalah melalui mekanisme perizinan. Melalui perizinan pemerintah mengatur semuanya mulai dari mengarahkan, melaksanakan bahkan mengendalikan. Perizinan merupakan salah satu aspek penting dalam pelayanan publik. Kendatipun tidak dibutuhkan setiap hari tetapi sangat berperan penting bagi kehidupan kita, namun banyak yang tidak dapat kita lakukan karena izin adalah bukti penting secara hukum.

Izin termasuk layanan publik karena orang yang memanfaatkan layanan tersebut harus membayar sesuai tarif yang ditetapkan oleh pemerintah. Izin atau perizinan yang merupakan jasa publik harus sesuai dengan aturan hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah kabupaten selaku penyelenggara pemerintahan. Sehingga apa yang akan dilaksanakan menjadi legal/resmi dan tidak bertentangan dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat dalam aktivitasnya sehari-hari dalam memenuhi kebutuhannya tidak mengganggu ketertiban dan kenyamanan. Izin merupakan

---

<sup>8</sup> Sutan Remy Sjahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Hukum yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit bank di Indonesia*, Jakarta, hlm. 47.

salah satu instrument yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi. Hal ini dikarenakan pemerintah menggunakan izin sebagai instrument untuk mempengaruhi hubungan dengan para warganya agar mau mengikuti cara yang dianjurkan oleh pemerintah guna mencapai tujuan yang konkrit.

Reklame seharusnya sudah menjadi unsur pengaturan dalam tingkat Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK). Wilayah peruntukannya (kawasan */zoning*) dalam tingkat Rencana Tata Ruang Kota (RTRK). Lebih mendetail masalah reklame merupakan bagian yang dipertimbangkan dalam Pola Rancang dan Rekayasa Kota (*Urban design Pattern dan Urban Structure*) yang biasanya tertuang dalam Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL).<sup>9</sup>

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Kota Bandung berupaya mengembangkan mekanisme pembiayaan dengan menggali berbagai bentuk pembiayaan yang potensial untuk menunjang pembangunan daerah sekaligus untuk peningkatan mutu pelayanan kepada masyarakat. Salah satu aspek yang menjadi perhatian Pemerintah Kota Bandung dalam hal peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui penyelenggaraan pemasangan reklame.

---

<sup>9</sup> <http://lnk996.blogspot.co.id/2015/03/pengelolaan-penyelenggaraan-reklame.html>, diunduh pada 10 April 2016, jam 15.00 wib.

Tujuan hukum salah satunya adalah untuk mencapai keadilan termasuk tentunya hukum periklanan, baik asas-asas dan kaidah yang terdapat dalam rumusan peraturan perundang-undangan. Mengingat bahwa keadilan merupakan pengertian yang subjektif, maka diperlukan tolak ukur untuk mengartikan keadilan dalam bidang periklanan, dalam kenyataan saat ini penggunaan reklame guna untuk mempromosikan suatu barang atau jasa sangatlah penting untuk menunjang pendapatan perusahaan, maka dari itu penggunaan promosi melalui media reklame sangatlah diminati para perusahaan barang dan jasa untuk mempromosikan barang dan jasa tersebut, akan tetapi pada prakteknya saat ini banyak sekali reklame reklame yang masih melanggar UU No 26 tahun 2007 Tentang Penataan Ruang dan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Walikota Bandung Nomor 1051 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame (selanjutnya disebut Perwal Penyelenggaraan Reklame).

Dalam negara hukum modern tugas pokok negara tidak saja terletak pada pelaksanaan hukum, tetapi juga mencapai keadilan sosial (*socialle gerechtigheid*) bagi seluruh rakyat. Sebagai negara berdasar atas hukum, negara Indonesia didirikan untuk melindungi segenap bangsa dan tumpah darah Indonesia. Selain itu adalah untuk memajukan kesejahteraan umum. Untuk

mencapai kesejahteraan dan kemakmuran itu sendiri, maka negara tidak hanya berdiam diri atau sebatas mengawasi rakyatnya atau hal itu biasanya disebut sebagai negara sebagai penjaga malam (*nachtwachterstaat*). Dalam rangka memenuhi kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, negara dibenarkan untuk melakukan intervensi apapun demi terwujudnya keadilan dan kemakmuran rakyatnya, hal ini biasanya dikenal dengan *welfare state* atau negara kesejahteraan<sup>10</sup>. Sehubungan dengan hal tersebut, terkandung makna bahwa negara atau pemerintah Indonesia mempunyai kewajiban yang mutlak untuk menyelenggarakan kesejahteraan rakyat, hal ini harus sesuai dengan asas umum pemerintahan yang baik.

Seiring dengan perjalanan waktu dan perubahan politik Indonesia, asas-asas ini kemudian muncul dan dimuat dalam suatu Undang Undang, yaitu UU No. 28 Tahun 1999 Tentang Penyelenggaraan Negara yang bersih dan bebas dari Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN). Pasal 1 angka 6 UU No. 28 Tahun 1999 Tentang Penyelenggaraan Negara yang bersih dan bebas dari Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN) menyebutkan bahwa asas umum pemerintahan yang baik adalah asas yang menjunjung tinggi norma kesusilaan, kepatutan, dan norma hukum untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang bersih dan bebas dari Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme.

---

<sup>10</sup>Tri Widodo W Utomo, "Memahami Konsep Negara Kesejahteraan (Welfare State)", 2013, (<http://triwidodowutomo.blogspot.com/2013/07/memahami-konsep-negara-kesejahteraan.html>), diunduh pada 10 April 2016, jam 14.00 wib.

Dalam BAB III Pasal 3 UU No. 28 Tahun 1999 Tentang Penyelenggaraan Negara yang bersih dan bebas dari Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN) menyebutkan asas-asas umum penyelenggaraan negara meliputi :

1. Asas Kepastian Hukum adalah asas dalam negara hukum yang mengutamakan landasan peraturan perundang-undangan, kepatutan, dan keadilan dalam setiap kebijakan Penyelenggara Negara. Maksudnya asas ini menghendaki dihormatinya hak yang telah diperoleh seseorang berdasarkan suatu keputusan badan atau pejabat administrasi negara.
2. Asas Tertib Penyelenggaraan Negara adalah asas yang menjadi landasan keteraturan, keselarasan, dan keseimbangan dalam pengendalian Penyelenggara Negara.
3. Asas Kepentingan Umum adalah asas yang mendahulukan kesejahteraan umum dengan cara yang aspiratif, akomodatif, dan selektif. Maksudnya asas ini menghendaki pemerintah harus mengutamakan kepentingan umum terlebih dahulu.
4. Asas Keterbukaan adalah asas yang membuka diri terhadap hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, jujur tentang penyelenggaraan negara dengan tetap memperhatikan perlindungan atas hak asasi pribadi, golongan, dan rahasia negara.
5. Asas Proporsionalitas adalah asas yang mengutamakan keseimbangan antara hak dan kewajiban Penyelenggara Negara.

6. Asas Profesionalitas adalah asas yang mengutamakan keahlian yang berlandaskan kode etik dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
7. Asas Akuntabilitas adalah asas yang menentukan bahwa setiap kegiatan dan hasil akhir dari kegiatan Penyelenggara Negara harus dapat di pertanggungjawabkan kepada masyarakat atau rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi negara sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku<sup>11</sup>.

Berdasarkan peraturan Perundangan-Undangan di atas diharapkan tidak adanya pelampauan kewenangan pejabat administrasi negara dalam mengeluarkan segala keputusan-keputusan yang berkaitan kepentingan hukum sehingga akan tercapainya pemerintahan yang baik.

#### **F. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatife di mana prosedur penelitian ilmiah ini untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya<sup>12</sup>. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*) serta pendekatan kasus (*case approach*). Analisis data dirumuskan secara kualitatif, menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu

---

<sup>11</sup> Lutfi Efendi, S.H, M,HUM, *Pokok-Pokok Hukum Administrasi*, Malang: Bayumedia Publishing, 2004, hlm. 85.

<sup>12</sup> Johnny Ibrahim, *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang : Banyuwangi Publishing, 2011, hlm. 56.

menganalisis data tanpa rumusan matematis, sehingga menghasilkan gambaran dan penjelasan.

1. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif merupakan upaya memahami persoalan dengan tetap berada atau bersandarkan pada lapangan atau kajian ilmu hukum.<sup>13</sup>
2. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh dari berbagai bahan hukum yang berhubungan dengan penelitian ini. Bahan hukum sekunder bersumber dari bahan-bahan hukum yang dapat membantu pemahaman dalam menganalisa serta memahami permasalahan seperti peraturan Perundang-Undangan.
3. Studi lapangan dilakukan untuk mendapatkan data primer yang berfungsi untuk mendukung data sekunder. Upaya untuk mendapatkan data primer dilakukan dengan wawancara. Wawancara adalah teknik komunikasi di mana pengumpulan data dilakukan dengan bertatap muka secara langsung antara responden dengan penulis untuk mengadakan tanya jawab secara lisan.
4. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu :

---

<sup>13</sup> Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, Jakarta: Rineka Cipta, 1983, hlm.78.

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah prosedur yang dilakukan dengan serangkaian kegiatan seperti membaca, menelaah dan mengutip dari buku-buku literatur serta melakukan pengkajian terhadap ketentuan peraturan Perundang-Undangan terkait dengan permasalahan

b. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah prosedur yang dilakukan dengan kegiatan wawancara (*interview*) kepada responden penelitian sebagai usaha mengumpulkan berbagai data dan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.<sup>14</sup>

5. Teknik analisis data adalah menguraikan data dalam bentuk kalimat yang tersusun secara sistematis, jelas dan terperinci yang kemudian diinterpretasikan untuk memperoleh suatu kesimpulan. Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan penarikan kesimpulan<sup>15</sup> dilakukan dengan metode deduktif, yaitu menguraikan hal-hal yang bersifat umum lalu menarik kesimpulan yang bersifat khusus sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

---

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta : Rineka Cipta, 1983, hlm. 54.

<sup>15</sup> *Ibid* hlm 98.

## **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini akan disusun sebagaimana sistematika berikut ini:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang penulisan sehingga mengangkat permasalahan tersebut, perumusan masalah, tujuan serta manfaat yang ingin dicapai melalui penulisan ini, tinjauan kepustakaan, metode penulisan yang dipakai serta sistematika penulisan.

### **BAB II : PENGATURAN PERJANJIAN SERTA ASPEK PERLINDUNGAN KONSUMEN.**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai berbagai tinjauan pustaka terkait identifikasi yang akan dibahas, antara lain mengenai ketentuan umum perjanjian menurut KUHPerdara dan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku di Indonesia.

### **BAB III : FUNGSI DAN TUJUAN PERIKLANAN SERTA PERKEMBANGAN REKLAME DI KOTA BANDUNG**

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang akan mengiklankan suatu produk terhadap pemenuhan tanggungjawab oleh penyelenggara

reklame dalam hal ini pelaku usaha. kemudian akan dijelaskan secara terperinci terkait dengan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku di Indonesia.

**BAB IV : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PERUSAHAAN PRODUK DAN JASA YANG MENJADI KORBAN ATAS PELANGGARAN YANG DILAKUKAN OLEH PENYELENGGARA REKLAME TERKAIT PENURUNAN PAKSA REKLAME DIKAITKAN DENGAN KEWENANGAN PEMERINTAH KOTA BANDUNG DALAM PENERTIBAN PEMASANGAN REKLAME**

Dalam bab ini, analisis dan pemaparannya berdasarkan identifikasi masalah akan dibahas secara detail. Penulis akan menganalisa bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang akan mengiklankan produknya atas penurunan reklame yang dilakukan oleh pemerintah dan bagaimana pertanggungjawaban penyelenggara reklame terhadap adanya risiko tersebut.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini, penulis menarik beberapa kesimpulan yang merupakan jawaban atas identifikasi masalah setelah melalui proses analisis. Penulis akan memberikan beberapa rekomendasi atau saran yang bersifat kongkrit, dapat terukur dan dapat diterapkan.

