

AKIBAT HUKUM DARI PENYEBARAN IKLAN PADA MEDIA ELKTRONIK (DUNIA MAYA) YANG MEMUAT KONTEN PORNOGRAFI

Oleh: Ikram Kalam Firdaus Rusli
Fakultas Hukum Universitas Islam Malang
Jl. MT Haryono 193. Malang

Abstract

In the current era of globalization, the internet (cyberspace) plays an important role in society. The internet community easily gets any information that has been provided. Computer networks or what we often call internet (cyberspace) are a set of computers that are connected to one another and provide information by using a particular network, which aims to access information such as web browsing, which can be called the world market. virtual because in the internet sellers and buyers can be reunited, just as when we buy a product in a store, sellers and buyers immediately interact and make purchases and transactions directly or face to face with the sellers and buyers. Legal consequences of the spread of advertisements on electronic media (the virtual world) that contain pornographic content in terms of positive law.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti saat ini, internet (dunia maya) berperan penting dalam masyarakat. Adanya internet masyarakat dengan mudahnya mendapatkan informasi apapun yang telah di sediakan. Jaringan komputer atau yang yang sering kita sebut dengan internet (dunia maya) adalah sekumpulan komputer yang saling terhubung satu dengan yang lain dan memberikan informasi dengan menggunakan suatu jaringan tertentu¹, yang dimana bertujuan salah satunya mengakses informasi contohnya *web browsing*, Meskipun internet adalah salah satu sarana komunikasi dalam skala besar yang berpatokan pada suatu jarinagn antar komputer (*inter-networking*), tetapi hal yang mendasar dalam pengertian tersebut adalah sebagai hubungan antar sesama orang, bukan antar sesama komputer.²

Dalam internet juga di sediakan jasa dan layanan informasi penjualan, sehingga dapat mempermudah masyarkat dalam melakukan transaksi elektronik. Selain menyediakan jasa dana layanan informasi penjualan, internet dapat disebutkan sebagai pasar dunia maya dikarenakan dalam internet penjual dan pembeli dapat dipertemukan, sama halnya ketika kita membeli suatu produk disebuah toko, penjual dan pembeli langsung berintraksi dan melakukan pembelian dan transaksi secara langsung atau saling bertatapapan wajah antara penjaul dan pembeli. Dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik di jelaskan dalam Pasal 1 ayat (2) transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.³ Sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi eloktronik salah satunya jual beli melalui jaringan komputer atau yang sering disebut dengan istilah internet (dunia maya).

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat (3) mendefinisikan Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai

¹ Wahana Komputer, 2010. *Cara Mudah Membangun Jaringan Komputer Dan Internet*. Jakarta Selatan: Media Kita.

² Asril sitompul, 2001. *Hukum Internet: Pengenalan Mengenai Masalah Hukum Di Cyberspace*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

³ Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 ayat (2)

bidang ekonomi.⁴ Bererapa hal terkadang pelaku usaha sering menggunakan internet (dunia maya) untuk memasang iklan yang dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk yang dijual dalam internet, sehingga menjadi kepentingan pelaku usaha dalam internet agar mengiklankan produk mereka dalam berbagai *website* agar dapat di kenal khalayak umum. Bagi pelaku usaha, iklan adalah salah satu media yang dapat menjangkau konsumen dalam hal memasarkan dan memproduksi secara lebih efektif.⁵ Dalam buku etika pariwisata indonesia menjelaskan bahwa iklan adalah pemberian informasi berupa barang, jasa, tempat usaha, dan produk yang di sampaikan melalui media agar lebih dikenal oleh khalayak umum.⁶ Di zaman moderen ini mengakibatkan para pelaku usaha mempromosi jasa atau produk yang di tawarkan melalui periklanan suatu produk bukannya pada media seperti koran, majalah, siaran televisi bahkan siaran radio. Tetapi periklanan sudah merambat ke dalam internet (dunia maya). Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dalam Pasal 1 ayat (5) Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang dan gagasan yang dapat bermanfaat oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga bersangkutan.⁷ Pada Pasal 46 ayat 1 Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, siaran iklan dibagi menjadi siaran iklan komersil dan siaran iklan layanan masyarakat.⁸ Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dalam Pasal 13 ayat 1 tidak menjelaskan dalam hal siaran iklan pada internet (dunia maya) di karenakan jasa penyiaran hanya terdiri atas jasa penyiaran televisi dan jasa penyiaran radio.⁹

Sering kita jumpai dalam beberapa promosi iklan terkadang memasang beberapa gambar/animasi tambahan dan/atau menggunakan kalimat semenarikmungkin bertujuan menarik simpatisan khalayak umum. Hal ini yang mengakibatkan beberapa iklan mengandung konten pornografi atau melanggar kesusilaan. Dalam Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 tentang Pornografi telah dijelaskan bahwa Pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan dimuka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan.¹⁰ Banyak hal yang dapat di kategorikan sebagai pornografi dan porno aksi antara lain yaitu yang pertama pakaian yang dapat merangsang, dalam artian pakaian minim yang memperlihatkan bagian tubuh bagian atas, bagian bawah, transparan, yang menggambarkan lekuk tubuh sehingga dapat menjadi nafsu bagi yang melihatnya, yang kedua perbuatan atau tingkah laku yang dapat merangsang dan yang ketiga perbuatan seksual.¹¹ Dalam Pasal 27 ayat (1) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.¹² Dalam Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan dokumen elektronik adalah setiap Informasi

⁴ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat (3)

⁵ Dedi harianto, 2010. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Bogor: Ghalia Indonesia

⁶ Dewan periklanan indonesia, 2014. *Etika Pariwisata Amandemen 2014*, Jakarta: Dewan Periklanan indonesia

⁷ Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 1 ayat 5

⁸ *Ibid.*, Pasal 46 ayat 1

⁹ *Ibid.*, Pasal 13 ayat 1

¹⁰ Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 44 tahun 2008 tentang Pornografi

¹¹ Dadang Hawari, 2010. *Dampak Buruk Pornografi Dan Dampak Penyalagunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Kesehatan Jiwa*, Jakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia

¹² Pasal 27 ayat 1 Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui komputer atau sistem elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.¹³

Fenomena yang terjadi tersebut dalam kajian membahas tentang iklan yang memuat konten pornografi dalam internet perlu adanya tinjauan yang dilihat dari sudut pandang yang berbeda juga, sehingga tidak melanggar hukum positif yang berlaku. Iklan dalam internet merupakan pembaharuan terbaru dan lebih efektif dari pada iklan yang di siarkan melalui radio, ptelevision ataupun di media cetak seperti koran dan majalah. Di sisi lain iklan pada internet sangat sulit di kontrol berbeda dengan iklan pada siaran pertelivian dan radio dan media cetak lainnya. Hal ini yang mengakibatkan banyak iklan yang meuat konten pornografi masi banyak yang di temukan pada iklan yang terdapat di media elektrinik (dunia maya).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah penilitian yuridis normatif. Penelitian ini sering di sebut juga peelitian perpustakaan atau penelitian *library resesarch*. Dalam peneliatian ini penulis mengkaji dalam konteks hukum positif terkait akibat hukum dalam penyebaran iklan pada media elktronik (dunia maya) yang memuat konten pornografi di tinjau dari hukum positif.

Dalam pendekatan penelitian ini penulis menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) yaitu penelitian yang menggunakan pendektan perundang-undangan untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang di teliti oleh peneliti dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yaitu penelitian kosnep yang berkaitan dengan masalah hukum¹⁴ beranjak dari pendapat dan doktrin yang berkembang yang terkait dengan penelitian yang di ambil oleh penulis.

PEMBAHASAN

Dalam Iklan di media elektronik (dunia maya), pelaku usaha biasanya menggunakan 2 jenis iklan dalam dunia maya. Yang pertama adalah iklan yang biasaya muncul secara tiba-tiba. Yang kedua adalah iklan yang di muat pada *web-site* penjualan (*online shop*). Iklan yang di muat di *web-site online shop* biasanya di gunakan oleh pelaku usaha yang ingin menjual produknya di *web-site online shop* dan konsumen dunia maya dapat mengakses *web-site online shop* tersebut.

Pada dasarnya Sebelum iklan beredar di masyarakat, iklan biasanya harus melalui proses atau tahapan, agar bisa di tayangkan, proses iklan pada umumnya antara lain:

1. Memperoleh izin
2. Isi iklan haruslah mengandung nilai positif seperti manfaat, pembentukan intelektual, watak, moral, cinta tanah air, serta mengamalkan nilai agama dan budaya, serta tidak melanggar ketentuan perundang-undangan

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsmumen peneliti tidak menemukan larangan bagi pelaku usaha dalam penyebaran iklan yang memuat konten pornografi dalam media elektronik (dunia maya). di larang bagi pelaku usaha dalam hal larangan iklan untuk mempromosikan produk atau jasa bagi pelaku usaha belum secara eksplisit mengatur terkait larangan iklan yang memuat konten pornografi dan juga bentuk perlindungan hukum bagi konsumen terkait benyebaran iklan yang memuat konten pornografi. Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers, tidak menemukan aturan yang

¹³ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informsai dan Transaksi Elektronik Pasal 1 ayat (4)

¹⁴ Johny Ibrahim. 2007, *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia

memuat larangan penyebaran iklan yang memuat konten pornografi dalam media elektronik (dunia maya) yang dilakukan oleh pers, malainkan dalam undang-undang ini peneliti menemukan larangan bagi perusahaan pers yang memuat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat, minuman keras, narkotika, psikotropika dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok. Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, aturan yang memuat terkait penyebaran iklan yang memuat konten pornografi yang di jelaskan dalam Pasal 46 dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Akan tetapi dalam undang-undang ini hanya mengatur terkait siaran penyiaran yang di khususkan pada siaran radio dan siaran pertelevisian. Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 tentang Pornografi, terkait dengan penyebaran iklan yang memuat konten pornografi dalam media elektronik (dunia maya) diatur dalam pasal 4 ayat (1). Undang-Undang No.11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, peneliti menemukan dalam pasal 1 ayat (4). Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan mengatur terkait penyebaran iklan yang mengatur isi iklan yang dilarang memuat keterangan atau pernyataan yang berisikan muatan informasi yang di atur dalam pasal 46, pasal 50, pasal 53, pasal 55, pasal 56.

Menurut Zumrotin K Susuilo, Iklan atau sering kita sebut dengan pariwara adalah pengenalan atau penyebar luasan informasi suatu barang atau jasa untuk menarik minat beli konsumen atau jasa yang akan dan sedang di perdagangkan melalui media cetak atau elektronik¹⁵. Sehingga dapat disimpulkan kegiatan iklan terdapat beberapa unsur, yaitu:¹⁶

- a. Produsen, yaitu pimpinan perusahaan atau pengusaha yang memproduksi suatu produk
- b. Konsumen, pemakai atau pembeli suatu produk
- c. Produk, barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen
- d. *Message*, pesan yang menggambarkan suatu produk yang diberikan kepada konsumen
- e. Media iklan, tempat atau waktu yang disewa untuk mempromosikan suatu produk kepada konsumen
- f. Efek, perubahan tingkah laku konsumen, dimana ia menerima anjuran pesan-pesan iklan yang mengakibatkan ia membeli produk.

Perlindungan hukum merupakan suatu perlindungan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum yang berlaku, baik secara *preventif* (pencegahan) ataupun *represif* (pemaksaan), baik secara tertulis atau tidak tertulis demi menjalankan atau menegakan hukum. Perlindungan hukum meliputi 2 hal, yaitu:¹⁷

- a. Perlindungan Hukum *Preventif*, yakni bentuk perlindungan hukum dimana kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif;
- b. Perlindungan Hukum *Represif*, yakni bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa.

Sehingga dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan hukum secara *preventif* pada Pasal 45 ayat (1) di mana setiap konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat di lakukan oleh seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang dirugikan, sekelompok

¹⁵Dedi Harianto. *Op.Cit.*, hal. 90

¹⁶*Ibid* hal 101

¹⁷Philipus M. Hadjon, *Op.Cit*

konsumen yang memiliki kepentingan yang sama, lembaga perlindungan konsumen, pemerintah/instansi yang terkait.

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan sanksi yang diberikan kepada pelaku usaha yang melanggar undang-undang tersebut berupa sanksi administrasi dan sanksi pidana, sehingga perlindungan hukum secara *repressif* pada:

Pasal 60(1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.

(2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

(3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Pasal 61 Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62 (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

(2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63 Terhadap sanksi pidana sebagaimana dalam pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa :

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman putusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. Pencabutan izin usaha.

Undang-Undang No. 44 tahun 2008 Tentang Pornografi Memberikan perlindungan hukum *preventif* pada:

Pasal 17 Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib melakukan pencegahan pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi.

Pasal 18 Untuk melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17, Pemerintah berwenang:

- a. melakukan pemutusan jaringan pembuatan dan penyebarluasan produk pornografi atau jasa pornografi, termasuk pemblokiran pornografi melalui internet;
- b. melakukan pengawasan terhadap pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi; dan
- c. melakukan kerja sama dan koordinasi dengan berbagai pihak, baik dari dalam maupun dari luar negeri, dalam pencegahan pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi.

Pasal 19 untuk melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17, Pemerintah Daerah berwenang:

- a. melakukan pemutusan jaringan pembuatan dan penyebarluasan produk pornografi atau jasa pornografi, termasuk pemblokiran pornografi melalui internet di wilayahnya;
- b. melakukan pengawasan terhadap pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi di wilayahnya;
- c. melakukan kerja sama dan koordinasi dengan berbagai pihak dalam pencegahan pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi di wilayahnya; dan
- d. mengembangkan sistem komunikasi, informasi, dan edukasi dalam rangka pencegahan pornografi di wilayahnya.

Pasal 20 masyarakat dapat berperan serta dalam melakukan pencegahan terhadap pembuatan, penyebarluasan, dan penggunaan pornografi.

Pasal 21 (1) Peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dapat dilakukan dengan cara:

- a. melaporkan pelanggaran Undang-Undang ini;
- b. melakukan gugatan perwakilan ke pengadilan;
- c. melakukan sosialisasi peraturan perundangundangan yang mengatur pornografi; dan
- d. melakukan pembinaan kepada masyarakat terhadap bahaya dan dampak pornografi.

(2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 22 Masyarakat yang melaporkan pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (1) huruf a berhak mendapat perlindungan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.

Dalam Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 Tentang Pornografi menyebutkan sanksi yang melanggar undang-undang tersebut berupa sanksi pidana, sehingga perlindungan hukum secara *repressif* pada:

Pasal 29 Setiap orang yang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarkan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling singkat 6 (enam) bulan dan paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau pidana denda paling sedikit Rp250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah) dan paling banyak Rp6.000.000.000,00 (enam miliar rupiah).

Pasal 37 Setiap orang yang melibatkan anak dalam kegiatan dan/atau sebagai objek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dipidana dengan pidana yang sama dengan pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29, Pasal 30, Pasal 31, Pasal 32, Pasal 34, Pasal 35, dan Pasal 36, ditambah 1/3 (sepertiga) dari maksimum ancaman pidananya.

Undang-Undang No. 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi elektronik memberikan perlindungan hukum *preventif* pada:

Pasal 38(1) Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.

(2) Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Pasal 39 (1) Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

(2) Selain penyelesaian gugatan perdata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Pasal 40 (1) Pemerintah memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

(2) Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

(3) Pemerintah menetapkan instansi atau institusi yang memiliki data elektronik strategis yang wajib dilindungi.

(4) Instansi atau institusi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) harus membuat Dokumen Elektronik dan rekam cadang elektroniknya serta menghubungkannya ke pusat data tertentu untuk kepentingan pengamanan data.

(5) Instansi atau institusi lain selain diatur pada ayat (3) membuat Dokumen Elektronik dan rekam cadang elektroniknya sesuai dengan keperluan perlindungan data yang dimilikinya.

(6) Ketentuan lebih lanjut mengenai peran Pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 41(1) Masyarakat dapat berperan meningkatkan pemanfaatan Teknologi Informasi melalui penggunaan dan Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik sesuai dengan ketentuan Undang-Undang ini.

(2) Peran masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diselenggarakan melalui lembaga yang dibentuk oleh masyarakat.

(3) Lembaga sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat memiliki fungsi konsultasi dan mediasi.

Dalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan sanksi yang melanggar undang-undang tersebut berupa sanksi pidana, sehingga perlindungan hukum secara *represif* pada:

Pasal 45(1) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), atau ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(3) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 29 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pada umumnya, konsumen mendapatkan perlindungan dari penyebaran iklan pada media elektronik (dunia maya) yang memuat konten pornografi dengan mengacu pada:

Yang pertama, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik pada pasal 27 ayat (1) yang di mana memberikan perlindungan hukum terkait setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan. Yang dimana bentuk penyebaran iklan pada media elektronik yang memuat konten pornografi merupakan kesengajaan mendistribusikan dan membuat dapat diakses dokumen elektronik yang bermuatan melanggar kesusilaan (pornografi)

Yang kedua, Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 Tentang Pornografi pada Pasal 4 ayat (1) dijelaskan terkait menyebarluaskan dan menyiarkan pornografi. Yang dimana

penyebaran iklan pada media elektronik (dunia maya) yang memuat konten pornografi merupakan bentuk meyebarluaskan dan menyiarkan pornografi.

Dari segi konsumen khususnya anak-anak dimana harus mendapatkan perlindungan dari penyebaran iklan pada media elektronik yang memuat konten pornografi agar tidak mempengaruhi anak. Didalam Undang-Undang No. 44 Tahun 2008 tentang pornografi dijelaskan dalam Pasal 11 Setiap orang dilarang melibatkan anak dalam kegiatan dan/atau sebagai objek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, Pasal 8, Pasal 9, atau Pasal 10. Dan pada Pasal 15 yang dimana setiap orang berkewajiban melindungi anak dari pengaruh pornografi dan mencegah akses anak terhadap informasi pornografi.

PENUTUP

Penyebaran iklan yang memuat konten pornografi pada media elektronik (dunia maya) belum ada lembaga yang mengontrol terkait hal ini, sehingga pada media elektronik dunia maya banyak sekali peredaran iklan yang memuat konten pornografi. Adapun aturan yang mengatur terkait penyebaran iklan yang memuat konten pornografi pada media elektronik dunia maya. Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen hanya mengatur terkait perilaku yang dilarang yang dilakukan pelaku usaha, sehingga dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini tidak mengatur terkait larangan bagi pelaku usaha yang menggunakan konten pornografi. Dan juga dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, menjelaskan terkait penyebaran iklan yang memuat konten yang melanggar kesusilaan, akan tetapi dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran hanya mengatur terkait iklan yang berada pada sistem penyiaran indonesia pada dasarnya hanya pada siaran pertelevisian dan siaran radio. Disebutkan juga dalam Undang-Undang No. 44 Tahun 2002 tentang Pornografi terkait penyebaran luasan iklan yang mengandung unsur kesusilaan sehingga dalam Undang-Undang No. 44 Tahun 2002 tentang Pornografi ini dapat menjerat pelaku penyebaran iklan yang memuat konten pornografi. Sama halnya dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik secara jelas menjelaskan dalam perbuatan dilarang penyebaran dokumen elektronik yang melanggar kesusilaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sitompul,Asril. 2001. *Hukum Internet: Pengenalan Mengenai Masalah Hukum Di Cyberspace*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Hawari,Dadang. 2010. *Dampak Buruk Pornografi Dan Dampak Penyalagunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Kesehatan Jiwa*, Jakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia
- Burhan, Ashshofa. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Hariato,Dedi. 2010. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Dewan periklanan indonesia, 2014. *Etika Pariwisata Amandemen 2014*, Jakarta: Dewan Periklanan indonesia
- Hadjon, Philipus. 1987, *Perlindungan Bagi Rakyat diIndonesia*, Surabaya: PT.Bina Ilmu
- Ibrahim, Johny. 2007*Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publisng
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: prenadamedia group.
- Dillah, Philips dan Suratman 2014, *Metode Penelitian Hukum: Dilengkapi Tatacara Dan Contoh Penulisan Karya Bidang Hukum*, Bandung: Alfabeta
- Wahana Komputer, 2010. *Cara Mudah Membangun Jaringan Komputer Dan Internet*. Jakarta Selatan: Media Kita.
- Widodo, 2013. *Aspek Hukum Pidana Kejahatan Mayantara*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo

Peraturan perundang-undangan

Undang-Undang RI Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang RI Nomor. 40 Tahun 1999 Tentang Pers

Peraturan Pemerinta RI No. 69 Tahun1999 Tentang Label dan Iklan Pangan

Undang-Undang RI Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang RI Nomor 44 Tahun 2008 Tentang Pornografi