

BAB I

LATAR BELAKANG PEMILIHAN MASALAH HUKUM

Kemajuan teknologi juga diiringi dengan perkembangan baru pada jenis dan tampilan tanda. Baliho merupakan salah satu cara untuk menyajikan suatu pesan baik berupa barang atau jasa. Periklanan berasal dari bahasa Spanyol, “*Re*” yang berarti “kembali” atau “mengulangi” dan “*Clomos*” yang berarti “berteriak”. Iklan adalah pernyataan yang dibuat oleh suatu pelaku ekonomi yang dengan sengaja ditujukan kepada masyarakat dengan satu atau lain cara dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan barang atau jasa yang diimpor oleh pihak yang berkepentingan (Siahaan, 2005).

Setiap perkembangan teknologi dan modernisasi membawa perubahan baru dalam kehidupan manusia. Salah satu jejak nyata yang dapat kita saksikan adalah hadirnya berbagai jenis media iklan atau reklame di seantero perkotaan. Papan reklame atau baliho menjadi sarana promosi yang semakin digandrungi oleh para pelaku usaha untuk memasarkan produk barang atau jasa mereka kepada masyarakat luas.

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya promosi dan periklanan, pemasangan papan reklame pun menjamur di berbagai tempat strategis, khususnya di kota-kota besar. Tidak dapat dipungkiri, media iklan luar ruangan seperti baliho memang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Dengan ukurannya yang besar dan tampil

mencolok, papan reklame mampu menyampaikan pesan kepada khalayak ramai secara masif.

Periklanan adalah periklanan atau promosi suatu produk, layanan atau pesan dengan tujuan untuk menarik perhatian atau minat khalayak tertentu. Baliho banyak digunakan dalam dunia pemasaran dan periklanan untuk mempublikasikan atau menjual produk atau jasa atau untuk menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat (Wiryawinata, 2023). Iklan bisa bermacam-macam bentuknya, termasuk iklan televisi, iklan radio, iklan cetak (seperti di surat kabar dan majalah), iklan online (seperti situs *web* dan media sosial), spanduk, papan reklame, brosur, dan lain-lain. Dengan berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial, bentuk periklanan digital menjadi semakin populer. Ini termasuk beriklan di platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter*, selain beriklan di mesin pencari seperti *Google*.

Tujuan periklanan adalah untuk membujuk pemirsa agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau jasa yang diiklankan atau tindakan lain yang diinginkan pengiklan. Iklan juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan sosial, politik atau amal untuk meningkatkan kesadaran atau mendapatkan dukungan publik untuk tujuan atau tujuan tertentu.

Sebagai media periklanan, salah satu fungsi periklanan semakin digemari masyarakat, karena misalnya juga dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan-pesan sosial sehingga memegang peranan yang begitu

penting. . Penting hari ini. Namun batasan ini berbanding lurus dengan keteraturan pemasangan; Aspek estetik dan estetis seperti terciptanya keserasian antara ukuran dan kondisi situs, serta iklan yang digunakan tetap harus diperhatikan. Oleh karena itu, ada baiknya memperhatikan beberapa hal jika ingin menginstalnya (Wirianto, 2010).

Namun di balik usulan sebagai media promosi, keberadaan papan reklame juga kerap menimbulkan persoalan tersendiri. Tidak jarang kita menyaksikan pemasangan reklame yang tidak terkendali, bahkan pelanggaran aturan dan standar keselamatan yang berlaku. Banyak papan reklame yang dipasang secara ilegal tanpa izin dari pihak yang berwenang, atau bahkan dibangun dengan konstruksi yang tidak memenuhi kaidah teknis sehingga berpotensi membahayakan lingkungan sekitar.

Rencana teknis konstruksi yang selanjutnya disingkat rencana RTBB adalah rencana teknis konstruksi. *Megatron, videotron, light emitting diode, billboard* atau *billboard* adalah jenis iklan lain yang memerlukan pemasangan identitas iklan yang kreatif dan dijelaskan secara teknis baik dari segi lokasi, ukuran, bentuk dan tinggi. Serta estetis dan selaras dengan lingkungan (Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2019, 2019). Berdasarkan pendapat Nurelah dan Supriyadi (2021), periklanan dibagi menjadi dua bagian tergantung tujuannya yaitu komersial dan nonkomersial.

Iklan komersial adalah iklan yang dibuat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Oleh karena itu, bentuk periklanan ini sering digunakan untuk

tujuan komersial. Sedangkan, iklan non-komersial adalah iklan yang dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan informasi, penjelasan, peringatan, imbauan atau permintaan kepada masyarakat mengenai apa yang dikomunikasikan. Jenis iklan ini sering digunakan oleh lembaga pemerintah atau perusahaan sosial.

Berdasarkan sifatnya, iklan dibagi menjadi tiga jenis. *Pertama*, peringatan. Sesuai dengan namanya, iklan peringatan digunakan untuk memperingatkan atau mengingatkan masyarakat. Contohnya adalah rambu peringatan untuk selalu memperhatikan lalu lintas dan membayar pajak tepat waktu. *Kedua*, iklan ajakan untuk bertindak. Tujuan periklanan adalah untuk mendorong masyarakat umum agar mengikuti atau bertindak berdasarkan informasi yang ada dalam iklan tersebut. Misalnya saja iklan yang meminta sumbangan untuk membantu korban bencana alam. Contoh lainnya adalah keharusan memakai masker atau semacamnya. *Ketiga*, informasi promosi atau klarifikasi. Iklan yang bersifat informasional atau mendidik bertujuan untuk menginformasikan atau menjelaskan sesuatu kepada masyarakat umum. Misalnya iklan yang menjelaskan suatu penyakit, dan lain-lain.

Dalam konteks hukum di Indonesia, penyelenggaraan reklame diatur oleh peraturan daerah masing-masing kota. Kota Bandung berlaku Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame. Peraturan ini mengatur berbagai aspek penyelenggaraan reklame,

termasuk pengendalian dan pengawasannya. untuk menafsirkan pasal-pasal yang terkait dengan kasus, seperti menggunakan Pasal 8 Ayat (1), Pasal 14 Butir b dan d Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Pasal 8 ayat (1):

"Setiap penyelenggaraan reklame harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis penyelenggaraan reklame dari Walikota atau Pejabat yang ditunjuk."

Pasal ini relevan karena:

1. Dinyatakan bahwa reklame yang roboh tersebut tidak memiliki izin, sebagaimana disampaikan oleh Wali Kota Bandung dan Dinas Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal (PTSP) Kota Bandung.
2. Pasal ini menegaskan bahwa setiap penyelenggaraan reklame wajib mendapatkan izin tertulis dari Walikota atau pejabat yang ditunjuk.

Selain itu, Pasal 14 huruf b dan d "Penyelenggara reklame berkewajiban:

"b. memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk reklame agar selalu berada dalam keadaan baik; d. menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan reklame yang menimbulkan kerugian pada pihak lain."

Pasal ini relevan karena:

1. Reklame tersebut roboh, menunjukkan kurangnya pemeliharaan yang baik.
2. Kejadian tersebut menimbulkan kerugian pada pihak lain, yaitu korban

yang mengalami cedera.

Dengan demikian, penyelenggara reklame tersebut telah melanggar ketentuan dalam Pasal 8 ayat (1) serta tidak memenuhi kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 14 huruf b dan d Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Jenis-jenis iklan berbasis media dibagi menjadi tiga jenis diantaranya: Pertama, iklan visual. Iklan-iklan ini terlihat secara visual dan biasanya tersebar di tempat-tempat umum atau terlihat di pinggir jalan. Kedua, iklan audio. Beberapa file audio mungkin berisi iklan audio. Contohnya adalah iklan di radio. Ketiga, iklan audiovisual. Melalui iklan tersebut penonton dapat mendengar dan melihat iklan tersebut (Putri & Gischa, 2021).

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan mengatur penyelenggaraan jalan agar dapat mewujudkan lalu lintas yang lancar, tertib, dan selamat. Salah satu aspek penting yang diatur adalah keselamatan pemakai jalan dari berbagai gangguan, termasuk gangguan yang bersumber dari pemasangan reklame atau baliho di sekitar jalan. Pada Pasal 45 ayat (1), undang-undang ini mengatur bahwa setiap orang dilarang memasang reklame yang dapat mengganggu pandangan pengemudi jalan. Sementara itu, Pasal 46 mengatur kewajiban penyelenggara reklame untuk memelihara, memperbaiki, dan membersihkan reklame yang diselenggarakannya.

Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 tentang

Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame merupakan peraturan yang lebih spesifik mengatur teknis penyelenggaraan reklame di wilayah Kota Bandung. Peraturan ini mengatur persyaratan perizinan, lokasi pemasangan, ukuran, konstruksi, serta aspek keselamatan dan estetika dari penyelenggaraan reklame di Kota Bandung. Peraturan ini dibentuk agar pemasangan reklame di Kota Bandung dapat dilakukan secara tertib, aman, dan selaras dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam perspektif hukum pidana, Pasal 360 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) tentang Kelalaian yang Mengakibatkan Luka Berat menjadi salah satu dasar analisis yang relevan. Pasal ini mengatur perbuatan culpa (kealpaan/kelalaian) yang mengakibatkan luka berat pada orang lain. Dengan berpedoman pada pasal ini, dapat dianalisis apakah terdapat unsur kelalaian yang dilakukan oleh pemilik papan reklame maupun pihak-pihak lain yang terlibat sehingga mengakibatkan korban luka berat dalam insiden tersebut.

Pemilihan masalah hukum dalam memorandum hukum ini dilatarbelakangi oleh sebuah insiden robohnya papan reklame di Jalan Soekarno Hatta, Simpang Samsat, Bandung pada tanggal 25 Maret 2023. Papan reklame tersebut roboh dan menimpa seorang korban berinisial S yang mengakibatkan korban mengalami patah kaki dan koma beberapa hari. Korban S merupakan seorang petugas kebersihan di salah satu perusahaan yang menjadi tulang punggung keluarga. Papan reklame yang roboh tersebut diketahui milik perusahaan PT. Elang Mahkota Teknologi

Indonesia (EMTEK) dan tidak memiliki izin pemasangan. Selain kesalahan pemilik reklame, insiden ini juga menunjukkan kurangnya pengawasan dari pemerintah kota Bandung terhadap pemasangan reklame ilegal yang tidak memenuhi standar keselamatan.

Insiden tersebut telah menimbulkan kerugian materiil dan immateril bagi korban S yang harus dipertanggungjawabkan. Kerugian materiil berupa biaya perawatan dan pengobatan akibat mengalami patah kaki yang dialami korban. Sementara kerugian immateril dapat berupa penderitaan mental dan kekhawatiran akan terganggunya sumber pendapatan sebagai tulang punggung keluarga selama masa penyembuhan berlangsung. Patah tulang akibat korban tertimpa rambu terjatuh dapat menimbulkan kerusakan sekunder. Menurut keterangan keluarga korban, korban diketahui merupakan seorang petugas kebersihan di salah satu perusahaan PT. ISS. Oleh karena itu, tidak mungkin korban dapat bekerja tanpa batas waktu. Korban belum tentu mampu memperoleh penghasilan yang mereka perlukan. Pendapatan yang tidak dapat diperoleh korban tentu berdampak langsung pada keluarganya karena korban adalah tulang punggung keluarga. Oleh karena itu, efek domino dapat dipastikan akan terus terjadi akibat dampak jatuhnya korban baliho tersebut. Oleh karena itu, penulis ingin menyoroti permasalahan tersebut di atas dengan memberikan nasihat hukum kepada korban mengenai permasalahan yang dihadapinya.

Dalam perspektif hukum pidana, Pasal 360 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) tentang pelanggaran yang mengakibatkan luka

berat juga relevan untuk dianalisis. Pasal ini mengatur perbuatan salah atau kelalaian yang mengakibatkan luka berat pada orang lain. Berdasarkan fakta yang ada, korban S mengalami patah kaki akibat tertimpa papan reklame milik PT. X yang roboh. Oleh karena itu, perlu ditanyakan apakah terdapat ketidakpastian dari pihak PT. X pemilik reklame maupun pihak lain seperti pemerintah daerah sebagai pengawas yang mengakibatkan peristiwa tersebut terjadi. Jika tidak terpenuhinya pelanggaran, maka pihak-pihak terkait dapat dikenakan pertanggungjawaban pidana sesuai dengan ketentuan dalam pasal tersebut.

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan yang dipilih sebagai dasar analisis dinilai relevan karena mengatur mengenai keselamatan pemakai jalan dari segala gangguan, termasuk dari pemasangan reklame yang tidak semestinya. Dengan mempertimbangkan ketentuan dalam undang-undang tersebut secara sistematis dan komprehensif, diharapkan dapat ditemukan upaya hukum yang paling tepat bagi korban untuk memperoleh perlindungan dan ganti rugi yang semestinya atas peristiwa yang menimpanya.

Pemilihan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan dan Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame sebagai dasar analisis menjadi sangat relevan dalam kasus ini. Insiden robohnya papan reklame milik PT. X yang tidak berizin jelas telah melanggar ketentuan kedua peraturan tersebut. Dengan mengkaji kedua peraturan secara komprehensif dan

sistematis, diharapkan dapat ditemukan payung hukum yang kuat bagi korban untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian materiil dan immateriil yang dialaminya.

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan mengatur tentang keselamatan pemakai jalan dari berbagai gangguan, termasuk gangguan akibat pemasangan reklame yang tidak semestinya. Sementara Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 mengatur secara rinci persyaratan teknis penyelenggaraan reklame di Kota Bandung agar terwujud ketertiban, keamanan, dan keselarasan dengan lingkungan. Dengan mempertimbangkan ketentuan dalam kedua peraturan tersebut, dapat dianalisis bentuk pertanggungjawaban hukum yang harus dipikul oleh pemilik reklame atas insiden yang menimbulkan korban luka.

Di samping itu, analisis dalam perspektif hukum pidana juga penting untuk dilakukan dengan menggunakan Pasal 360 KUHP tentang Kelalaian yang Mengakibatkan Luka Berat sebagai dasar hukum. Pasal ini mengatur perbuatan culpa atau kelalaian yang mengakibatkan luka berat pada orang lain. Berdasarkan pasal tersebut, dapat dikaji apakah terdapat unsur kelalaian dari pihak-pihak terkait, baik pemilik reklame maupun pemerintah daerah selaku pengawas, yang mengakibatkan korban mengalami luka berat berupa patah kaki.

Peristiwa yang memprihatinkan ini menunjukkan betapa pentingnya penerapan reklame yang dilakukan dengan mematuhi aturan dan standar keselamatan yang berlaku. Tidak hanya merugikan korban secara materiil

dan immateriil, pelanggaran terhadap peraturan iklan juga berpotensi menimbulkan efek domino yang lebih luas bagi kehidupan masyarakat. Jika dibiarkan, kejadian serupa dapat terulang kembali dan mengancam keselamatan masyarakat secara keseluruhan.

Di sisi lain, upaya penegakan hukum juga harus dibarengi dengan perlindungan dan pemulihan hak-hak korban yang dirugikan akibat pelanggaran tersebut. Dalam kasus yang menimpa korban S, tentu harus ada mekanisme yang jelas untuk mendapatkan ganti rugi atas kerugian materiil dan immateriil yang dialaminya. Baik dari segi pertanggungjawaban perdata, tata usaha negara, maupun pidana, korban S berhak mendapatkan perlindungan dan pemulihan hak-haknya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Oleh karena itu, penyelesaian kasus ini tidak hanya berhenti pada penindakan terhadap pihak-pihak yang melanggar peraturan, tetapi juga harus memastikan bahwa korban yang dirugikan memperoleh perdamaian dan pengampunan yang tulus. Penerapan hukum yang tegas dan konsisten, disertai dengan upaya perlindungan terhadap korban, diharapkan dapat menjadi pembelajaran berharga bagi semua pihak untuk lebih menghormati dan mematuhi aturan pelaksanaan reklame demi terciptanya keselamatan, keamanan, dan keselamatan bagi seluruh masyarakat.

Peristiwa robohnya papan reklame yang menimpa korban S di Kota Bandung ini menjadi contoh nyata betapa pentingnya penyelenggaraan reklame dilakukan dengan mematuhi aturan dan standar keselamatan yang

berlaku. Pelanggaran terhadap peraturan periklanan tidak hanya merugikan korban secara materiil dan immateriil, tetapi juga berpotensi menimbulkan efek domino yang lebih luas bagi kehidupan bermasyarakat.

Dalam upaya menegakkan hukum dan melindungi hak-hak korban, diperlukan penerapan hukum yang tegas dan konsisten dari pihak yang berwenang. Pengawasan yang ketat harus dilakukan untuk memastikan setiap papan reklame yang terpasang telah memenuhi persyaratan perizinan, konstruksi, serta aspek keselamatan yang ditetapkan. Sanksi yang tegas juga harus diterapkan kepada para pelanggar agar memberikan efek jera dan mencegah terulangnya kejadian serupa di kemudian hari.

Dengan menggunakan ketiga dasar hukum tersebut, analisis dalam memorandum hukum diharapkan dapat dilakukan secara komprehensif untuk menemukan solusi dan upaya hukum yang paling tepat bagi korban atas peristiwa yang menimpanya. Baik dari segi pertanggungjawaban perdata, tata usaha negara, maupun pidana, agar korban memperoleh perlindungan dan ganti rugi yang semestinya sesuai dengan kerugian yang dideritanya. Upaya penegakan hukum juga harus dibarengi dengan perlindungan dan pemulihan hak-hak korban yang dirugikan. Dalam kasus ini, korban S berhak mendapatkan ganti rugi atas kerugian materiil dan immateriil yang dialaminya, sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Penerapan hukum yang tegas dan perlindungan terhadap korban diharapkan dapat menjadi pembelajaran berharga bagi semua pihak untuk lebih mematuhi dan mematuhi aturan penyelenggaraan reklame demi

terciptanya keselamatan, keamanan, dan keselamatan bagi seluruh masyarakat.

Melihat dampak kerugian yang dialami korban, penulis tertarik untuk membahas tindakan hukum apa yang dapat dilakukan oleh korban S terhadap pemilik reklame PT. X (EMTEK) terkait insiden tersebut dengan mengaitkannya dalam perspektif hukum pidana dengan memberi judul pada memorandum hukum tersebut, yakni **“PENDAPAT HUKUM MENGENAI PERTANGGUNG JAWABAN PIDANA PEMILIK PAPAN REKLAME TERHADAP KORBAN S AKIBAT ROBOHNYA PAPAN REKLAME DALAM PERSPEKTIF HUKUM PIDANA”**.