

Kajian Yuridis Tentang Eksploitasi Anak Sebagai Pemeran Iklan Dalam Siaran Iklan Niaga

Radhyca Nanda Pratama

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)
radhycanp@gmail.com

Eny Sulistyowati

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)
enysulistyowati@unesa.ac.id

Abstrak

Anak merupakan salah satu kelompok masyarakat rentan berdasarkan penjelasan Pasal 5 ayat (3) UU No. 39 Tahun 1999 (UU HAM). Pelibatan Anak sebagai pemeran sering kali dijumpai dalam beberapa tayangan iklan yang berada di televisi. Hal demikian yang menjadi menarik perhatian adalah pelibatan anak sebagai pemeran iklan, apakah hal tersebut dapat dikategorikan sebagai tindakan eksploitasi terhadap anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan batasan eksploitasi secara konkret dan/atau pengecualian agar ketika anak dilibatkan pemeran iklan tidak dikategorikan melakukan tindakan eksploitasi. Selanjutnya, untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi anak dikaitkan perbedaan pengaturan usia anak dalam hal larangan eksploitasi anak dalam siaran iklan niaga. Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan pada kekosongan hukum yakni tidak adanya pengaturan batasan pengecualian terkait eksploitasi anak yang dijadikan sebagai pemeran iklan dan ketidaksinkronan terkait batasan usia anak terhadap larangan anak dieksploitasi sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan niaga. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep. Jenis bahan hukum dalam penelitian ini bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum. Hasil penelitian berdasarkan *argumentum per analogiam*, maka batasan eksploitasi anak diberlakukan ketentuan Pasal 69 UU No. 13 Tahun 2003 (UU Ketenagakerjaan). Pemberlakuan asas *lex superior derogate legi inferiori*, yang mana UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengesampingkan Peraturan KPI No. 02/P/KPI/03/2012 sehingga batas usia anak sebagai pemeran iklan adalah 18 (delapan belas) tahun serta perlindungan hukum berdasarkan beberapa perundang-undangan yang berlaku.

Kata Kunci: anak yang bekerja, eksploitasi, batasan usia

Abstract

Children are one of the vulnerable groups based on the explanation of Article 5 paragraph (3) of Law of the Republic of Indonesia Number 39 of 1999 on Human Rights. The involvement of children as an actors is often found in many commercials on television. Such matter that has attracted attention is the involvement of children as ad actors, whether it can be categorized as acts of exploitation against children. This research aims to analyze the concrete limits on exploitation and / or exceptions so that when a child is involved in an advertisement, it is not categorized as exploiting. Furthermore, to analyze the form of legal protection for children related to differences in the age of children in terms of a ban on the exploitation of children in commercial broadcasts. The selection of this type of research is based on the legal vacuum namely there are no exclusionary restrictions related to the exploitation of children used as advertising actors and asynchronous related to children's age restrictions on the prohibition of children being exploited as advertising actors in commercial ad broadcasts. The research method used is normative legal research. The approaches used in this research is the statute approach and the conceptual approach. Types of legal materials in research are primary legal materials, secondary legal materials, and non-legal materials. The results of the research are based on *argumentum per analogiam*, then the limits on the exploitation of children are subject to the provisions of Article 69 of Law of the Republic of Indonesia Number 13 of 2003 on Manpower. The application of the principle of *lex superior derogate legi inferiori*, which is Law of the Republic of Indonesia Number 32 of 2002 on Broadcasting overrides KPI Regulation No. 02 / P / KPI / 03/2012 so that the age limit of children as advertising actors is 18 (eighteen) years and legal protection based on several applicable laws.

Keywords: child labour, exploitation, minimum age

PENDAHULUAN

Pelaku usaha melakukan penawaran dan/atau pengenalan kepada konsumen dengan berbagai cara. Salah satunya yang kerap digunakan adalah iklan. Iklan merupakan berita pesenan untuk mendorong dan membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan (Wibowo, 2018 : 17). Pelaku usaha yang memiliki produk yang ingin diiklankan dapat menggunakan media atau wahana, salah satu media yang dapat digunakan yakni melalui media televisi. (Dewan Periklanan Indonesia, 2014 : xi).

Adapun beberapa pihak yang terlibat dalam industri periklanan. Etika Pariwara Indonesia (untuk selanjutnya disebut EPI) mengistilahkan pihak yang terlibat dalam industri periklanan yaitu pelaku periklanan (Dewan Periklanan Indonesia, 2014 : 19). EPI tidak mendeskripsikan secara jelas mengenai makna pelaku periklanan, akan tetapi hanya mengklasifikasi pihak-pihak yang tergolong sebagai pelaku periklanan. Berdasarkan ketentuan EPI yang dimaksud “pelaku periklanan adalah pengiklan, perusahaan periklanan atau produsen materi periklanan, dan media periklanan” (Dewan Periklanan Indonesia, 2014 : 19).

Perusahaan periklanan dalam proses produksi suatu iklan kerap melibatkan pemeran iklan. Tujuannya adalah untuk menampilkan dan/atau memberikan kesan yang menarik sehingga dapat membujuk masyarakat sebagai konsumen dengan menonton/melihat iklan tersebut agar tertarik membeli produk yang diiklankan. Pemeran iklan mempunyai hubungan kerja dengan perusahaan periklanan, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya perjanjian kerja tersendiri antara 2 (dua) pihak tersebut.

Iklan dikatakan kreatif dan menarik apabila melibatkan seorang pemeran iklan. Ketentuan pengaturan pemeran iklan dapat dijumpai dalam EPI. Di sisi lain EPI tidak memberikan pengertian lebih lanjut. Apabila dicermati dalam EPI istilah pemeran iklan dikenal dengan istilah model, yang berarti seseorang yang memainkan atau mencerminkan suatu peran dalam sebuah iklan (Dewan Periklanan Indonesia, 2014 : 18). EPI mengklasifikasikan pemeran iklan sebanyak 12 (dua belas) jenis pemeran iklan adalah sebagai berikut: 1) Anak, 2) Perempuan, 3) Jender, 4) Pejabat Negara, 5) Tokoh Agama, 6) Anumerta, 7) Pemeran Sebagai Duta Merek (*Brand Ambassador*), 8) Tuna Daksa (Penyandang cacat), 9) Tenaga Profesional, 10) Pemeran Lainnya, 11) Hewan, dan 12) Tokoh Animasi. (Dewan Periklanan Indonesia, 2014 : 38 – 41)

Pemeran iklan anak kerap dijumpai dalam tahap proses produksi iklan di Indonesia. Pemeran iklan anak banyak digunakan untuk menunjang produksi sebuah iklan produk barang atau jasa yang kemudian ditampilkan berbagai media, satu diantaranya media televisi. Hal tersebut dibuktikan dengan sering munculnya pemeran iklan anak dalam tayangan iklan di layar kaca televisi.

Kedudukan pemeran iklan anak tidaklah selalu diuntungkan terhadap kondisi anak yang dijadikan pemeran iklan yang bersangkutan. Adanya kondisi demikian, anak rawan menjadi korban eksploitasi secara ekonomi, baik dimanfaatkan fisik, tenaga, dan kemampuan anak itu sendiri guna mendapatkan keuntungan materiil. Tindakan eksploitasi secara ekonomi merupakan tindakan yang bertentangan dengan hak asasi manusia bagi anak dengan merujuk pada Pasal 64 UU No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (selanjutnya disebut UU HAM) sebagaimana dalam ketentuan tersebut anak mempunyai hak untuk dilindungi dari kegiatan eksploitasi ekonomi, bahwa :

“Setiap anak berhak memperoleh perlindungan dari kegiatan eksploitasi ekonomi dan pekerjaan yang membahayakan dirinya, sehingga dapat mengganggu pendidikan, kesehatan, fisik, moral, kehidupan sosial, dan mental spiritualnya.”

Hukum positif Indonesia memperkenankan anak bekerja pada pekerjaan ringan sepanjang tidak mengganggu perkembangan dan kesehatan fisik, mental, dan sosial, terutama pekerjaan ringan tersebut memiliki korelasi dengan bidang penyiaraan dan/atau perikanan. Hasil produksi dari industri penyiaraan adalah siaran iklan. Artinya status anak tersebut merupakan anak yang bekerja sebagai pemeran iklan. Norma yang mengatur diperbolehkannya anak yang bekerja merujuk pada Pasal 69 ayat (1) UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (selanjutnya disebut UU Ketenagakerjaan), bahwa:

“Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 68 dapat dikecualikan bagi anak yang berumur antara 13 (tiga belas) tahun sampai dengan 15 (lima belas) tahun untuk melakukan pekerjaan ringan sepanjang tidak mengganggu perkembangan dan kesehatan fisik, mental, dan sosial.”

Keberadaan pasal tersebut memberikan kepastian hukum bagi anak yang melakukan pekerjaan/anak yang bekerja. Di sisi lain pula juga perlu diperhatikan mengenai pengaturan batasan usia yang jelas sebagai pemeran iklan anak agar memberikan perlindungan terhadap hak anak terlebih hak untuk mendapatkan perlindungan dari kegiatan eksploitasi sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan.

Pengaturan tentang batasan usia anak sebagai pemeran iklan anak terdapat dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaraan (selanjutnya disebut UU Penyiaraan) dan Peraturan Komisi Penyiaraan Indonesia No. 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran (selanjutnya disebut PKPI SPS). Namun, disatu sisi terdapat perbedaan penafsiran terkait batasan usia anak untuk diperbolehkan dieksploitasi sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan niaga dalam UU Penyiaraan maupun PKPI SPS, sebagai berikut diajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 1.1

Pengaturan Batasan Usia Pemeran Iklan Anak

Perundang-Undangan	Bunyi Pasal	Batas Usia
Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran	Siaran iklan niaga dilarang melakukan: e. eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.	18 Tahun
Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS	Program siaran iklan dilarang menayangkan: g. eksploitasi anak di bawah umur 12 (dua belas) tahun,	12 Tahun

Sumber: diolah sendiri

Adanya perbedaan penafsiran mengenai batasan usia anak untuk diperbolehkan dieksploitasi sebagai pemeran iklan menimbulkan problematika yuridis tersendiri serta terdapat isu hukum yang harus dipecahkan. Problematika yuridis yang dimaksud adalah ketidaksinkronan antara undang-undangan dengan peraturan pelaksanaan atau kondisi demikian disebut terjadi pertentangan dalam perundang-undangan (Goesnadhie, 2010 : 18-19).

Problematika yuridis disatu sisi lain juga mengenai batasan eksploitasi atau pengecualian agar tidak dikatakan melakukan tindakan eksploitasi terhadap anak ketika anak dilibatkan sebagai pemeran iklan. UU Penyiaran maupun peraturan pelaksanaannya pun tidak mengatur secara spesifik mengenai batasan atau pengecualian tersebut.

Penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran hanya mendeskripsikan eksploitasi sebagai, “perlakuan eksploitasi adalah tindakan atau perbuatan memperalat, memanfaatkan, atau memeras anak untuk memperoleh keuntungan pribadi, keluarga, atau golongan.” Makna eksploitasi berdasarkan penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran masih terlalu luas dan/atau belum konkret agar dikatakan melakukan tindakan eksploitasi anak sebagai pemeran iklan.

Penggunaan anak sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan niaga sangat beragam, mulai dari iklan terkait produk yang ditujukan kepada anak serta turut dilibatkan sebagai pemeran iklan pendamping mengenai produk yang diperntukkan bagi orang dewasa, apakah hal demikian anak dikatakan sebagai tindakan dieksploitasi. Secara langsung anak tersebut dimanfaatkan fisiknya untuk melakukan adegan akting atau memperagakan, dalam artian UU Ketenagakerjaan sendiri menegaskan bahwa anak dapat melakukan pekerjaan ringan sepanjang tidak mengganggu perkembangan dan kesehatan fisik, mental, dan sosial. Apabila dihubungkan ketika seorang anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan dalam iklan tersebut adalah iklan niaga, maka secara langsung maupun tidak langsung anak tersebut dikatakan sebagai anak yang bekerja dengan dilibatkan sebagai pemeran iklan. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya suatu perjanjian kerja menjadi pemeran iklan antara perusahaan periklanan

dengan orang tua yang mewakili anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan bersangkutan.

Terdapat kasus yang menunjukkan bahwa pernah terjadi eksploitasi anak sebagai pemeran iklan terlebih pada iklan yang disiarkan di televisi. Eksploitasi terjadi pada anak yang dilibatkan dalam proses pembuatan iklan, yakni anak tersebut sebagai pemeran iklan. (<https://tribunnews.com/nasional/2013/06/29/kpi-iklan-3-parah>) Iklan yang dimaksud adalah Iklan Tri Indie+. Merek Tri merupakan merek dagang yang dimiliki oleh PT. Hutchison 3 Indonesia adalah salah satu perusahaan *provider* telekomunikasi. Iklan Tri Indie+ ini diproduksi oleh perusahaan periklanan “Flex Production” yang dipesan oleh oleh PT. Hutchison 3 Indonesia. (Lusyarif, dkk, 2015 : 481).

Iklan Tri Indie+ secara jelas melakukan tindakan eksploitasi terhadap anak dengan diperintah untuk memperagakan adegan yang seharusnya diperagakan oleh orang dewasa. Hal ini pun juga didasarkan dan diperkuat pada fakta empiris melalui penelitian yang dilakukan oleh Lusyarif dkk dalam jurnal yang berjudul “Eksploitasi Anak Pada Iklan Televisi Tri Indie+”. Jurnal tersebut menguraikan bahwa eksploitasi terjadi ditinjau melalui visual dan verbal yang terdapat dalam iklan tersebut. (Lusyarif, dkk, 2015 : 482). Visual dan verbal digunakan menentukan dan mengkualifikasi bahwasannya perilaku atau adegan tersebut seyogianya dilakukan oleh orang dewasa.

Berdasarkan kasus tersebut iklan Tri Indie+ juga melanggar ketentuan dalam EPI pada poin 3.1.1 sebagaimana berbunyi, “anak tidak boleh digunakan untuk mengiklankan produk yang tidak layak dikonsumsi oleh anak, tanpa didampingi orang dewasa.” Apabila diamati pada iklan tersebut ,maka jelas bahwasannya produk yang diiklan bukan merupakan yang ditujukan untuk anak dan tidak terdapat pendampingan oleh orang dewasa.

Iklan Tri Indie+ akhirnya diberhentikan penayangannya oleh KPI melakukan eksploitasi anak. Iklan tersebut tayang pada 11 (sebelas) stasiun televisi dan diberikan surat peringatan tertulis oleh KPI karena dinilai bahwa iklan tersebut tidak memperhatikan peraturan tentang siaran iklan dan ketentuan perlindungan anak dengan Surat peringatan tertulis bernomor /K/KPI/07/2013 tertanggal 24 Juli 2013 (Komisi Penyiaran Indoensia, 2013, <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/31521-kpi-peringatan-11-stasiun-tv-menyangkut-iklan-tri-indie-semua-versi-versi-anak-laki-laki-dan-perempuan?strat=189&detail15=5289>, dikases pada 3 Januari 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: apakah anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan niaga dapat dikategorikan eksploitasi anak dan bagaimanakah perlindungan hukum bagi pemeran iklan anak dikaitkan dengan perbedaan pengaturan batasan usia dalam hal larangan eksploitasi anak dalam siaran iklan niaga.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian hukum normatif (*legal research*). Penelitian hukum normatif adalah suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika ilmu hukum dari sisi normatifnya. (Ibrahim, 2008: 57). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum normatif ini antara lain pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), yakni dilakukan dengan menelaah semua perundang-undangan yang mempunyai korelasi dengan isu hukum yang sedang dihadapi (Fajar dan Achmad, 2017 : 186) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*) dilakukan dengan mempeleajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. (Fajar dan Achmad, 2017 : 187)

Jenis bahan hukum yang digunakan antara lain bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum. Bahan hukum primer yang dimaksud antara lain UUD NRI Tahun 1945, UU No. 20 Tahun 1999 tentang Pengesahan ILO *Convention Minimum Age For Admission To Employment* (Konvensi ILO Mengenai Usia Minimum Untuk Diperbolehkan Bekerja), UU No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, UU No. 13 tentang Ketenagakerjaan, dan Peraturan KPI No. 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran Iklan.

Bahan hukum sekunder yang berupa artikel-artikel dan karya ilmiah dalam bentuk buku, jurnal, laporan hasil penelitian, skripsi, tesis, dan disertasi yang memiliki relevansi dengan isu hukum. Bahan non hukum yang berupa kamus, ensiklopedia, serta artikel di website yang keakuratan dan kebenaran sumber informasinya dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (*library research*) yakni dengan mengumpulkan semua bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum yang digunakan dalam penelitian ini yang memiliki korelasi mengenai isu hukum yang sedang diteliti. Pengumpulan bahan hukum juga dapat melalui penelusuran, inventarisir melalui media internet. (Fajar dan Achmad, 2017 : 160)

Teknik pengolahan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan sistematisasi terhadap bahan hukum dan bahan non hukum. Dalam hal pengolahan bahan hukum dilakukan dengan cara menyeleksi bahan hukum yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan isu hukum dalam penelitian. Kemudian, melakukan klasifikasi menurut penggolongan bahan hukum, baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder serta bahan non hukum untuk selanjutnya dianalisis secara logis dan sistematis. (Fajar dan Achmad, 2017 : 180)

Teknik analisis bahan hukum Teknik analisis bahan hukum merupakan kegiatan dalam penelitian hukum normatif dengan berupa melakukan telaah terhadap hasil pengolahan bahan hukum penelitian dengan menggunakan teori-teori berkaitan dengan isu hukum yang berfungsi sebagai pisau analisis dalam melakukan analisis bahan hukum. Penelitian ini menggunakan metode preskriptif, sebagaimana sifat analisis ini bertujuan untuk menyuguhkan argumentasi atas hasil penelitian yang ditulis. Argumentasi yang dimaksud oleh peneliti berkaitan dengan memberikan suatu preskripsi mengenai benar atau salah atau apa yang seyogianya menurut hukum terhadap aturan hukum yang berlaku yang sedang diteliti (Fajar dan Achmad, 2017 : 183)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Batasan Eksploitasi Anak sebagai Pemeran dalam Siaran Iklan Niaga

Pengaturan terakrit larangan anak dieksploitasi dalam siaran iklan niaga dijumpai dalam ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran jo. Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS. Tujuan daripada pengaturan tersebut yakni bentuk respon pembuat undang-undang dalam menanggapi isu eksploitasi anak yang terjadi di Indonesia, pengaturannya dalam tabel berikut:

Tabel 2.1

Pengaturan Larangan Eksploitasi Anak dalam Siaran Iklan Niaga

Perundang-Undangan	Bunyi Ketentuan
Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran	<p>“Siaran iklan niaga dilarang melakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Promosi dihubungkan dengan ajaran suatu agama, idelogi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabak agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain; b. Promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif; c. Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok; d. Hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau e. Eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.”
Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS	<p>“Program siaran iklan dilarang melakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Promosi dihubungkan dengan ajaran suatu agama, idelogi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabak agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain; b. Promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat

	<p>adiktif:</p> <p>c. Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;</p> <p>d. Adegan seksual sebagaimana dimaksud pada Pasal 18;</p> <p>e. Adegan kekerasan sebagaimana dimaksud pada Pasal 23;</p> <p>f. Upaya menyembunyikan, menyesatkan, membingungkan atau membohongi masyarakat tentang kualitas kinerja, harga sebenarnya, dan/atau ketersediaan dari produk dan/atau jasa yang diiklankan;</p> <p>g. Eksploitasi anak di bawah umur 12 (dua belas) tahun</p> <p>h. Hal-hal yang bertentangan dengan kesesulian masyarakat dan nilai-nilai agama.”</p>
--	--

Sumber: diolah sendiri

Pembuat undang-undang (undang-undang yang dimaksud adalah UU Penyiaraan) menafsirkan secara otentik sebagaimana dimaksud frasa eksploitasi dalam Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan. Penafsiran tersebut dituang dalam penjelasan pasal tersebut, yang menjelaskan, “perlakuan eksploitasi, misalnya tindakan atau perbuatan memperlak, memanfaatkan atau memeras anak untuk memperoleh keuntungan pribadi, keluarga atau golongan.

Berdasarkan penafsiran yang digunakan adalah interpretasi otentik sebagaimana penafsiran tersebut digunakan oleh pembuat undang untuk mendeskripsikan dan menjelaskan makna tindakan eksploitasi (*vide* penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan. Penafsiran otentik merupakan penafsiran yang hanya dapat dilakukan oleh pembuat undang-undang sebagaimana hasil penafsirannya dimuat dalam undang-undang (Goesnadhie, 2010 : 139).

Secara yuridis sejak berlaku dan diundangkannya UU No. 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang (selanjutnya disebut UU Pemberantasan TPPO), konsep eksploitasi diatur pula dalam UU tersebut. Pasal 1 angka 7 UU Pemberantasan TPPO mengatur bahwa :

“Eksploitasi adalah **tindakan** dengan atau tanpa persetujuan korban yang meliputi tetapi tidak terbatas pada pelacuran, kerja, atau pelayanan paksa perbudakan, atau praktik serupa perbudakan penindasan, pemerasan, **pemanfaatan fisik**, seksual, organ dan/atau jaringan tubuh atau **memanfaatkan tenaga atau kemampuan seseorang oleh pihak untuk mendapatkan keuntungan** baik materiil maupun immaterial”

Adapun dengan memperhatikan frasa yang digarisbawahi dan bercetak tebal, maka digunakan interpretasi gramatikal dan interpretasi sistematis untuk

menemukan atau mencari kesamaan konsep maupun makna eksploitasi secara yuridis. Interpretasi gramatikal adalah suatu metode interpretasi yang digunakan untuk mengetahui makna ketentuan perundang-undangan dengan cara ditafsirkan atau dijelaskan dengan menguraikan menurut bahasa umum sehari-hari baik berdasarkan bunyinya maupun susunan kata yang membentuk suatu kalimat dalam perundang-undangan tersebut (Mertokusomo, 2009 : 57). Kemudian interpretasi sistematis adalah metode interpretasi hukum yang penggunaannya dengan cara menafsirkan perundang-undangan dengan menghubungkannya dengan peraturan hukum lainnya atau keseluruhan sistem hukum (Mertokusomo, 2009 : 59). Interpretasi sistematis sejalan dengan konsep sistem hukum yang dikemukakan oleh Sudikno Mertokusomo, bahwa hukum bukanlah sekedar kumpulan peraturan-peraturan yang masing-masing berdiri sendiri-sendiri dalam artian pentingnya suatu peraturan hukum ialah karena hubungannya yang sistematis dengan peraturan hukum lainnya serta satu kesatuan yang utuh dan terdiri dari bagian-bagian atau unsur-unsur yang saling memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya (Mertokusomo, 2009 : 169).

Pasal 1 angka 7 UU Pemberantasan TPPO mengatur bahwa :

“Eksploitasi adalah **tindakan** dengan atau tanpa persetujuan korban yang meliputi tetapi tidak terbatas pada pelacuran, kerja, atau pelayanan paksa perbudakan, atau praktik serupa perbudakan penindasan, pemerasan, **pemanfaatan fisik**, seksual, organ dan/atau jaringan tubuh atau **memanfaatkan tenaga atau kemampuan seseorang oleh pihak lain untuk mendapatkan keuntungan, baik materiil maupun immaterial.**

Merujuk pada penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan, sementara itu eksploitasi dideskripsikan sebagai, “**tindakan atau perbuatan memperlak, memanfaatkan atau memeras anak untuk memperoleh keuntungan pribadi, keluarga, atau golongan.**” Dengan memperhatikan frasa yang dicetak tebal dan digarisbawahi, pada frasa “**memanfaatkan**”, “**memperoleh keuntungan**”, frasa “**anak**” serta frasa “**pribadi, keluarga, atau golongan.**” pada penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU penyiaraan di interpretasi secara gramatikal dan secara sistematis dengan Pasal 1 angka 7 UU Pemberantasan TPPO yakni dengan memperhatikan frasa “**pemanfaatan fisik**”, “**memanfaatkan tenaga atau kemampuan**” ditafsirkan atau dimaknai sebagai frasa “**memanfaatkan**” dalam penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan.

Selanjutnya frasa “**seseorang**” dimaknai sebagai “anak” yang mana terdapat frasa anak dalam penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan. Adapun Frasa “**pihak**” dimaknai sebagai “**pribadi, keluarga, atau golongan**” sebagaimana dimaksud subjek yang melakukan atau terlibat tindakan eksploitasi. Kemudian frasa “**keuntungan**” yang dimaksud dalam penjelasan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan diartikan baik “**keuntungan yang bersifat materiil maupun**

immaterial” sebagaimana hal tersebut disebutkan secara jelas dan tegas dalam Pasal 1 angka 7 UU Pemberantasan TPPO.

Berdasarkan interpretasi gramatikal dan interpretasi sistematis terhadap frasa “eksploitasi” dalam Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaraan serta penjelasannya dengan dihubungkan dengan konsep eksploitasi yang diatur dalam Pasal 1 angka 7 UU Pemberantasan TPPO, memformulasikan dan menguraikan terhadap unsur-unsur yang dikategorikan sebagai tindakan eksploitasi terhadap anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan. Unsur-unsur tersebut yaitu: (1) unsur tindakan memanfaatkan anak, (2) unsur mendapat keuntungan, dan (3) unsur dilakukan oleh pihak lain (Saraswati, 2015 : 97) . Berikut uraiannya:

1. Tindakan memanfaatkan anak

Pelibatan anak sebagai pemeran iklan secara langsung oleh perusahaan periklanan dengan atau tanpa persetujuan dari orang tua atau wali dari anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan bersangkutan. Pemeran iklan anak sendiri diartikan tindakan seorang anak dengan atau tanpa persetujuan pemeran iklan anak yang bersangkutan yang dilakukan atas perintah perusahaan periklanan untuk melakukan serangkaian memerankan atau memperagakan dengan menawarkan sebuah produk yang diiklankan atau mempromosikan produk.

Mengingat hal demikian yang dilakukan oleh perusahaan periklanaan tidak luput dari memanfaatkan fisik, tenaga atau kemampuan anak sebagai pemeran iklan untuk digali dan dieksplorasi lebih jauh untuk menghasilkan suatu iklan yang menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk yang diiklankan pasca melihat iklan tersebut. Adapun adegan peragaan tersebut tidak dilakukan tidak hanya satu atau dua kali namun, berulang kali hingga mendapatkan hasil yang maksimal sesuai yang diinginkan perusahaan periklanan. (Saraswati, 2015 : 100)

2. Mendapat keuntungan

Mendapat keuntungan yang dimaksud yakni keuntungan tersebut dapat bersifat materiil maupun immateriil. Keuntungan materiil merupakan keuntungan yang didapat oleh seseorang yang berupa materi (misalnya uang dan sejenisnya) yang kaitannya dengan bertambahnya jumlah harta kekayaan seseorang. Keuntungan immaterial merupakan keuntungan yang diperoleh seseorang yang bentuk atau rupanya tidak berwujud namun dapat dirasakan secara langsung manfaatnya, seperti kesenangan, kebahagiaan, kepuasan, kenyamanan, dan lain sebagainya. (Saraswati, 2015 : 102)

Pihak-pihak yang mendapat keuntungan dari dilibatkannya anak sebagai pemeran iklan ada 3 (tiga). Kesatu, pihak pelaku usaha sebagai pemesan iklan, yang diartikan sebagai pelaku usaha yang mempunyai produk yang diiklankan. Apabila produk yang diiklan tersebut laku dan banyak diminati oleh masyarakat sebagai setelah ditwarkan melalui iklan, maka pundi-pundi keuntungan pun didapatkannya.

Kedua, perusahaan periklanan, dengan adanya pesenan untuk memproduksi suatu iklan yang telah dipesan oleh pelaku usaha pemilik produk yang akan diiklan, maka sebagai imbalannya pelaku pemilik produk memberikan sejumlah uang sebagai kompensasi atas telah dipesannya iklan tersebut dan sebagai timbal baliknya perusahaan periklanan harus memproduksi atau membuat iklan yang dipesan oleh perusahaan periklanan.

Ketiga, keuntungan tersebut diperoleh oleh orang tua atau wali dari anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan. Pada dasarnya ketika seorang anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan tentunya mendapatkan sejumlah imbalan dari perusahaan periklanan. Secara prinsip imbalan tersebut merupakan hak yang diterima oleh anak sesuatu yang diperoleh melalui bekerja secara mandiri dan kepemilikan terkait imbalannya yang dieproleh tersebut adalah hak milik anak itu sendiri. Akan tetapi di sisi lain berdasarkan prinsip hukum perdata, “bahwa anak-anak di bawah umur tidak diperbolehkan untuk mengurus atau mengelola harta kekayaannya sendiri meskipun hal tersebut diperoleh melalui kerja, orang tuanya lah yang mempunyai kewenangan untuk mengurus atau mengelola harta kekayaan si anak”.

Hal yang perlu dikhawatirkan lebih lanjut adalah apabila orang tua atau wali si anak mengelola dan mengurus harta kekayaan secara buruk hingga tidak tersisa untuk anak di masa yang akan datang. Kekhawatiran tersebut dipicu akibat tidak terdapat pengaturan mengenai pengelolaan harta kekayaan anak yang diperoleh melalui bekerja dengan dibuat rekening tersendiri.

3. Dilakukan pihak lain

Unsur ini yang dimaksud adalah pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam rangka memanfaatkan fisik atau tenaga atau kemampuan anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan. Pihak lain tersebut yang secara aktif melakukan tindakan eksploitasi tersebut diwujudkan dengan memerintahkan anak untuk memperagakan adegan tentunya dalam peragaan tersebut melibatkan fisik, kemampuan, tenaga anak. Pihak yang secara aktif melakukan hal ini adalah perusahaan periklanan, sedangkan pihak lain yang terdapat yakni orang tua atau wali dari anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan sebatas hanya melakukan pemberian izin atau persetujuan bahwa anaknya dilibatkan sebagai pemeran iklan. (Saraswati, 2015 : 103)

Anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan dikategorikan tidak dapat dieksploitasi apabila terdapat pengaturan pengecualian. Pengecualian tersebut dicarinya hukumnya melalui konstruksi hukum. Penggunaan konstruksi hukum tujuannya adalah untuk menemukan hukumnya dan dapat diberlakukan sebagai aturan hukum pengecualian kategori tindakan eksploitasi saat anak dilibatkan sebagai pemeran iklan oleh perusahaan periklanan. Konstruksi hukum yang digunakan dalam hal ini berdasarkan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (UU Ketengakerjaan).

ILO Convention Minimum Age For Admission To Employment (Konvensi ILO mengenai Usia Minimum Untuk Diperbolehkan Bekerja) telah diratifikasi negara Indonesia melalui UU No. 20 Tahun 1999 tentang Pengesahan *ILO Convention Minimum Age For Admission To Employment* (Konvensi ILO mengenai Usia Minimum Untuk Diperbolehkan Bekerja). Lampiran UU No. 20 Tahun 1999 menyatakan dan menjelaskan, usia minimum untuk diperkenankan bekerja adalah 15 (lima belas) tahun. Artinya usia 15 (lima belas) tahun merupakan usia anak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 26 UU Ketenagakerjaan yang mengatur bahwa, “anak adalah setiap orang yang berumur di bawah 18 (delapan belas) tahun.” Secara gramatikal, frasa di bawah 18 (delapan belas) tahun dimaknai orang yang memiliki usia dengan rentan mulai dari 0 – 17 (nol sampai dengan tujuh belas) tahun.

Argumentum per analogiam atau sering disebut analogi merupakan metode konstruksi hukum yang digunakan manakala peristiwa yang berbeda namun serupa, sejenis atau mirip diatur dalam undang-undang diperlakukan sama (Mertokusomo, 2009 : 67-71). Adapun konsep dalam UU Ketenagakerjaan yang dianalogikan yakni:

1. Pasal 1 angka 3 UU Ketenagakerjaan, “pekerja/buruh adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain”. Pekerja/buruh dianalogikan sebagai anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan atau pemeran iklan anak.
2. Pasal 1 angka 4 UU Ketenagakerjaan, mengatur bahwa, “pemberi kerja adalah orang perseorangan, pengusaha, badan hukum, atau badan-badan lainnya yang memperkerjakan tenaga kerja dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.” Pemberi kerja di analogikan sebagai perusahaan periklanan yang melibatkan anak sebagai pemeran iklan.

Anak yang dilibatkan atau dipekerjakan sebagai pemeran iklan merupakan hal yang dibenarkan dalam menurut hukum (*vide* UU Ketenagakerjaan). Secara pekerjaan yang diperbolehkan untuk anak yang bekerja merupakan tergolong pekerjaan ringan sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 69 UU Ketenagakerjaan. Alasan digolongkan anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan sebagai pekerjaan ringan yakni pekerjaan untuk memeran atau berperan sebagai pemeran iklan. Konstruksi hukum didasarkan pada Pasal 69 UU Ketenagakerjaan yang mengatur bahwa :

“(1) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 68 dapat dikecualikan bagi anak yang berumur antara 13 (tiga belas) tahun sampai dengan 15 (lima belas) tahun untuk melakukan pekerjaan ringan sepanjang tidak mengganggu perkembangan dan kesehatan fisik, mental, dan sosial.

- (2) Pengusaha yang memperkerjakan anak pada pekerjaan ringan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus memenuhi persyaratan: tahun sebagai berikut:

- a. izin tertulis dari orang tua atau wali;
- b. perjanjian kerja antara pengusaha dengan orang tua atau wali;
- c. waktu kerja maksimum 3 (tiga) jam;
- d. dilakukan pada siang hari dan tidak mengganggu waktu sekolah;
- e. keselamatan dan kesehatan kerja;
- f. adanya hubungan kerja yang jelas; dan
- g. menerima upah sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Memperhatikan ketentuan Pasal 69 UU Ketenagakerjaan digunakan kembali analogi untuk menyusun argumentasi berdasarkan konstruksi hukum, sebagai berikut, frasa “anak yang berumur antara 13 (tiga belas) tahun sampai dengan 15 (lima belas) tahun untuk melakukan pekerjaan ringan sepanjang tidak mengganggu perkembangan dan kesehatan fisik, mental, dan sosial” dalam Pasal 69 ayat (1) UU Ketenagakerjaan dianalogikan termasuk anak yang bekerja atau dilibatkan sebagai pemeran iklan.

Selanjutnya, frasa “pengusaha yang memperkerjakan anak pada pekerjaan ringan” sebagaimana diatur dalam Pasal 69 ayat (2) UU Ketenagakerjaan dianalogikan termasuk perusahaan periklanan yang memperkerjakan dengan melibatkan anak sebagai pemeran iklan dalam proses produksi iklan. Demikian ketentuan Pasal 69 UU Ketenagakerjaan diberlakukan untuk mengisi kekosongan hukum mengenai pengaturan pengecualian tindakan eksploitasi ketika melibatkan anak sebagai pemeran iklan. Pengecualian tersebut diartikan sebagai syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan periklanan ketika melibatkan anak sebagai pemeran iklan dalam produksi iklan agar tidak dikategorikan melakukan tindakan eksploitasi terhadap anak. Syarat yang dimaksud tersebut mengacu dalam ketentuan Pasal 69 ayat (2) UU Ketenagakerjaan yakni:

- a. izin tertulis dari orang tua atau wali;
- b. perjanjian kerja antara pengusaha dengan orang tua atau wali;
- c. waktu kerja maksimum 3 (tiga) jam;
- d. dilakukan pada siang hari dan tidak mengganggu waktu sekolah;
- e. keselamatan dan kesehatan kerja;
- f. adanya hubungan kerja yang jelas; dan
- g. menerima upah sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Perlindungan Hukum Bagi Anak Sebagai Pemeran Iklan Pemeran Iklan Dikaitkan Dengan Perbedaan Pengaturan Batasan Usia Dalam Hal Larangan Eksploitasi Anak Dalam Siaran Iklan Niaga

Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran mengatur bahwa anak tidak boleh dieksploitasi dalam siaran iklan niaga, yakni anak yang berada di bawah umur 18 (delapan belas) tahun. Kemudian, hal tersebut menjadi berbeda dengan mencermati ketentuan Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS yang bertolak belakang dengan ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf e. Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS menyatakan bahwa batas usia anak tidak diperbolehkan dieksploitasi adalah anak di bawah umur 12 (dua belas)

Tabel 2.2

Pengaturan Batas Usia Anak Sebagai Pemeran Iklan

Perundang-Undangan	Pasal Berkaitan
Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran	“Siaran iklan niaga dilarang melakukan : e. eksploitasi anak di bawah 18 (delapan belas) tahun ”
Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS	“Program siaran iklan dilarang melakukan : g. eksploitasi anak di bawah 12 (dua belas) tahun ”

Sumber: diolah sendiri

Adanya perbedaan pengaturan mengenai batas usia anak tidak diperbolehkan dieksploitasi dalam siaran iklan niaga berimplikasi ditemukannya problematika yuridis dan ketidakpastian hukum akibat terjadinya ketidakonsistenan antara perundang-undang yang satu dengan perundang-undang yang lainnya. Ketidakkonsistenan tersebut terjadi antara Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran dengan Pasal 54 ayat (4) huruf g PKPI SPS. Implikasi dari ketidakkonsistenan tersebut yakni membuat rancu dan ambigu dalam menentukan usia minimal atau batasan usia bagi anak agar dapat dilibatkan, dijadikan sebagai pemeran iklan atau bintang iklan.

Solusi untuk mengatasi ketidakkonsistenan mengenai perundang-undangan yang dipaparkan di atas yaitu dengan mengacu kembali pada asas hukum yang diberlakukan dan digunakan untuk mengatasi apabila terjadi pertentangan dalam perundang-undangan. Asas hukum tersebut biasanya disebut dengan istilah “asas preferensi”. Asas preferensi tersebut terdapat (3) tiga jenis, yakni asas *lex superior derogate legi inferior*, asas *lex posterior derogate legi priori*, dan asas *lex specialis derogate legi generalis*. Salah satu diantaranya yang digunakan untuk mengatasi ketidakkonsistenan antara Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran dengan Pasal 54 ayat (4) PKPI SPS, yang paling tepat yakni asas *lex superior derogate legi inferior* yang berarti bahwa perundang-undangan yang hierarkinya tingkatannya lebih rendah dengan perundang-undangan tidak boleh bertentangan yang hierarkinya lebih tinggi. Namun, apabila terjadi pertentangan perundang-undangan berdasarkan hierarkinya maka diberlakukan dan digunakan asas *lex superiori derogate legi inferior*, dimana perundang-undang yang hierarkinya lebih tinggi mengesampingkan perundang-undangan yang hierarkinya lebih rendah (Goesnadhie, 2010 : 36-37).

UU Penyiaran yang secara hierarki lebih tinggi mengesampingkan PKPI SPS sebagaimana diberlakukannya asas *lex superiori derogate legi inferior*. PKPI SPS merupakan peraturan pelaksana yang diakui oleh Pasal 8 ayat (1) UU No. 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Perundang-Undangan sebagai jenis perundang-undangan lainnya, meskipun tidak termasuk dalam hierarki perundang-undang sebagaimana dalam Pasal 7 ayat (1) UU No. 12 Tahun 2011 akan tetapi diakui sebagai salah

satu jenis perundang-undangannya lainnya. PKPI merupakan peraturan pelaksana yang dibuat oleh KPI untuk mengatur lebih lanjut secara rinci mengenai yang bersifat teknis dalam UU Penyiaran. Dengan demikian, dapat ditarik konklusi bahwa berdasarkan asas *lex superior derogate legi inferior*, pengaturan mengenai batasan minimal usia anak agar dapat dieksploitasi sehingga dapat dilibatkan sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan niaga berdasarkan ketentuan Pasal 46 ayat (3) huruf e UU Penyiaran.

Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah pengayoman yang diberikan dengan berupa hak asasi manusia kepada pihak dirugikan oleh pihak lain untuk mendapatkan suatu kenikmatan yang telah diberikan dan dijamin oleh hukum (Rahardjo, 2014 : 53). Perlindungan hukum diberikan apabila suatu hak yang dimiliki oleh setiap individu atau dalam suatu masyarakat dilanggar secara sewenang-wenang. Berkaitan dengan konstruksi hukum mengenai anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan secara dalam istilah yang digunakan dalam hukum ketenagakerjaan (*vide* UU Ketenagakerjaan), pemeran iklan anak tersebut dimaknai sebagai anak yang bekerja. Segala hal yang mengatur mengenai anak yang bekerja yang diatur dan terdapat dalam UU Ketenagakerjaan diberlakukan untuk mewujudkan dan memberikan perlindungan hukum secara khusus bagi anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan, tidak dikualifikasikan melakukan eksploitasi terhadap anak yang bekerja.

Bentuk perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Muchsin terdapat 2 (dua) jenis,

- a) Perlindungan hukum preventif, adalah bentuk perlindungan yang diberikan oleh negara kepada masyarakatnya dengan tujuannya untuk mencegah terjadinya pelanggaran atau permasalahan hukum. Hal tersebut ditemukan dalam norma suatu perundang-undangan dengan bertujuan untuk mencegah terjadi pelanggaran
- b) Perlindungan hukum represif adalah bentuk perlindungan yang terakhir yakni diwujudkan dengan berupa penjatuhan sanksi apabila terjadi pelanggaran. (Muchsin, 2003 : 20)

Bentuk perlindungan hukum bagi anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan secara konkret yakni dituangkan melalui perjanjian kerja karena terdapat adanya hubungan kerja dengan perusahaan periklanan. Secara teoritik, bentuk perlindungan hukumnya pun tergolong sebagai bentuk perlindungan hukum yang bersifat preventif. Alasannya karena negara dan pembuat undang-undang secara nyata menegaskan dan memberikan syarat ketat terhadap norma yang mengatur anak yang bekerja sebagai representatif perlindungan hukum preventif itu sendiri.

UU Ketenagakerjaan, menjelaskan Hubungan kerja yang dimaksud pada ketentuan Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan, “hubungan kerja adalah hubungan antara pengusaha dengan pekerja/buruh berdasarkan perjanjian kerja, yang mempunyai unsur pekerjaan, upah, dan perintah” mengacu konsep hubungan kerja secara yuridis, maka jelaslah ketika berbicara mengenai

hubungan kerja tidak terlepas dari perjanjian kerja, karena syarat hubungan kerja harus ada perjanjian kerja (Husni, 2014 : 63). Sebagaimana hal tersebut selaras dengan ketentuan Pasal 51 UU Ketenagakerjaan mengatur bahwa, "Hubungan kerja terjadi karena adanya perjanjian kerja antara pengusaha dan pekerja/buruh". Unsur-unsur sebagaimana dalam Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan diuraikan sebagai berikut:

1. Unsur adanya pekerjaan

Suatu hubungan kerja harus terdapat pekerjaan yang diperjanjikan (objek perjanjian) sebagaimana dalam ketentuan Pasal 52 ayat (1) huruf c UU Ketenagakerjaan. Dalam konteks anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan oleh perusahaan periklanan, maka pekerjaan yang dimaksud dalam perjanjian kerja tersebut yakni perjanjian kerja untuk menjadi pemeran iklan. (Khakim, 2014 : 40)

2. Adanya upah

Upah yang atau sering disebut sebagai imbalan yang diterima atas selesainya mengerjakan sesuatu oleh orang lain atas perintah pihak yang memerintahkan untuk melakukan pekerjaan tersebut. Bahkan sekalipun anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan oleh perusahaan periklanan tersebut juga berhak menerima upah atau imbalan atas pekerjaan yang dilakukannya. (Khakim, 2014 : 40)

3. Adanya perintah

Bentuk dari pekerjaan yang diberikan kepada anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan anak yang bersangkutan harus tunduk pada perintah dan arahan perusahaan periklanan dalam proses produksi iklan dengan melibatkan anak tersebut sebagai pemeran iklannya. Dalam doktrin menurut ahli sering disebut dengan istilah "hubungan diperatas" atau *dienstverhoeding* yang berarti pekerja/buruh (anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan harus bersedia bekerja di bawah perintah pengusaha (perusahaan periklanan. (Khakim, 2014 : 40)

Dengan demikian, secara yuridis dikaitkan 3 (tiga) unsur mengenai hubungan kerja tersebut berdasarkan konstruksi UU Ketenagakerjaan, terdapat hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan. Ketentuan. Pasal 1 angka 14 UU Ketenagakerjaan, menjelaskan "perjanjian kerja adalah perjanjian antara pekerja/buruh dengan pengusaha atau pemberi kerja yang memuat syarat-syarat kerja, hak dan kewajiban para pihak."

Adapun perjanjian yang dibuat antara perusahaan periklanan dengan anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan yang mana anak tersebut dalam melakukan perbuatan hukum berupa menandatangani dan membuat sebuah perjanjian kerja harus diwakili oleh orang tua atau walinya. Orang tua atau walinya bertindak atau melakukan perbuatan hukum berupa menandatangani perjanjian kerja bukan untuk dirinya sendiri akan tetapi bertindak dan untuk atas nama kepentingan anaknya yang dilibatkan sebagai pemeran iklan. Secara prinsip berdasarkan teori kecakapan dalam hukum perdata, salah dari satu mereka yang dikategorikan dianggap tidak cakap

menurut hukum adalah anak-anak di bawah umur atau orang yang belum dewasa (Budiono, 2014 : 102-103).

Kecakapan diartikan sebagai suatu kriteria yang harus dipenuhi oleh setiap subjek hukum yang mempunyai kewenangan untuk melakukan tindakan hukum atau perbuatan hukum yakni sebagai pengembalian hak dan kewajiban (Budiono, 2014 : 102-103). Berdasarkan teori mengenai kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum yang kemudian diformulasikan dalam penjelasan Pasal 52 ayat (1) huruf b UU Ketenagakerjaan bahwasannya tenaga kerja atau anak yang diperkerjakan oleh pengusaha, orang tua atau walinya yang harus menandatangani perjanjian kerja tersebut secara anak yang bekerja atau anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan termasuk ke dalam orang yang tidak cakap menurut hukum. Karena, selama anak yang dilibatkan sebagai pemeran masih berumur di bawah umur 18 (delapan belas) tahun (*vide* Pasal 1 angka 26 UU Ketenagakerjaan) atau belum pernah melangsungkan perkawinan (*vide* Pasal 47 ayat (1) UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan) dianggap tidak cakap dalam melakukan tindakan hukum berupa perjanjian kerja.

Mengenai bentuk perjanjian yang dibuat antara perusahaan periklanan dengan anak alangkah baiknya dituangkan secara tertulis agar lebih nyata dalam memberikan kepastian hukum bahwasannya dalam perjanjian kerja terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak. Landasan normatif mengenai pembuatan perjanjian kerja diatur dalam Pasal 50 ayat (1) UU Ketenagakerjaan, "Perjanjian kerja dibuat secara tertulis dan tidak tertulis." Dengan ketentuan tersebut Mariam Darus Badruzaman juga berpendapat pada dasarnya secara harfiah, perjanjian tidak terikat pada suatu bentuk yang baku, artinya perjanjian tersebut dapat dibuat secara lisan dan/atau tertulis (Badruzaman, 2015 : 110).

Perjanjian kerja yang dibuat secara tertulis oleh para pihak, khususnya antara perusahaan periklanan dengan orang tua atau wali yang bertindak dan atas nama anaknya yang dilibatkan sebagai pemeran iklan, agar lebih memberikan jaminan perlindungan hukum dan kepastian hukum, maka perjanjian kerja yang dibuat secara tertulis tersebut sekurang-kurangnya memuat klausul yang diatur dalam Pasal 54 ayat (1) UU Ketenagakerjaan, bahwa :

"Perjanjian kerja yang dibuat secara tertulis sekurang-kurangnya memuat:

- a. Nama, alamat perusahaan, dan jenis usaha;
- b. Nama, jenis kelamin, umur, dan alamat pekerja/buruh;
- c. Jabatan atau jenis pekerjaan;
- d. Tempat pekerjaan;
- e. Besarnya upah dan cara pembayarannya;
- f. Syarat-syarat kerja yang memuat hak dan kewajiban pengusaha dan pekerja/buruh;
- g. Mulai dan jangka waktu berlakunya perjanjian kerja;
- h. Tempat dan tanggal perjanjian kerja dibuat; dan
- i. Tanda tangan para pihak dalam perjanjian kerja."

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan dan setelah dilakukan analisis di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Anak dilibatkan sebagai pemeran iklan pemeran iklan dapat dikategorikan dieksploitasi apabila terpenuhi unsur-unsur eksploitasi. Unsur-unsur eksploitasi tersebut ada 3 (tiga) yakni, (1) unsur tindakan atau perbuatan memperlakukan, memanfaatkan, atau memeras anak, (2) unsur yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan, dan (3) unsur yang dilakukan oleh golongan atau keluarga. Penggunaan metode konstruksi hukum *argumentum per analogiam* diberlakukan untuk mengisi kekosongan hukum pengaturan mengenai pengecualian melakukan eksploitasi ketika melibatkan anak sebagai pemeran iklan dengan melakukan analogi terhadap Pasal 69 UU Ketenagakerjaan.
2. Bentuk perlindungan hukum bagi anak sebagai pemeran iklan yakni dituangkan dalam bentuk perjanjian kerja secara tertulis antara perusahaan periklanan dengan anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan. Secara yuridis anak yang dilibatkan sebagai pemeran iklan dikonstruksi sebagai anak yang bekerja. Perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan melibatkan anak sebagai pemeran iklan yang mana anak diwakili oleh orang tuanya untuk menandatangani perjanjian tersebut sekurang-kurangnya memuat klausul sebagaimana yang diatur dalam Pasal 54 ayat (1) UU Ketenagakerjaan.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat diberikan saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi DPR, diharapkan melakukan revisi dan/atau mengganti terhadap UU Penyiaraan yang berlaku saat ini karena sudah tidak relevan dengan kebutuhan masa sekarang sebagai akibat dari perkembangan penyiaraan yang semakin pesat serta diharapkan pula untuk menentukan pengaturan batasan usia anak yang tepat terkait anak sebagai pemeran iklan.
2. Bagi KPI, disarankan untuk membuat regulasi spesifik mengenai batasan eksploitasi atau pengecualian melakukan tindakan eksploitasi ketika melibatkan anak sebagai pemeran iklan dalam siaran iklan niaga. Regulasi tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk Peraturan KPI.
3. Bagi perusahaan periklanan dan orang tua atau wali anak yang bersangkutan perlu lebih lanjut memperhatikan kepentingan anak. Kepentingan anak tersebut diwujudkan berupa hak-hak anak untuk dilindungi dari kegiatan eksploitasi ketika diperkerjakan dan/atau dilibatkan anak yang bersangkutan sebagai pemeran iklan dalam proses pembuatan iklan sehingga baik perusahaan periklanan maupun orang tua atau walinya terhindar dari jerat hukum.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Badruzaman, Mariam Darus. 2015. *Hukum Periklanan dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin, serta Penjelasan*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Budiono, Herlien. 2014. *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariaatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Goesnadhie, Kusnu. 2010. *Harmonisasi Sistem Hukum*. Malang: Nasa Media.
- Husni, Lalu. 2014. *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan*. Depok: RajaGrafindo Persada
- Ibrahim, Johnny. 2008. *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayu Media
- Khakim, Abdul. 2014. *Dasar-Dasar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Mertokusomo, Sudikno. 2009. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty.
- _____. 2009. *Penemuan Hukum Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty

ND, Mukti Fajar dan Yulianto, Achmad. 2017. *Dualisme Penelitian Hukum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Rahardjo, Satjipto. 2014. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Wibowo, Mardian. 2018. *Iklan Televisi dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.

Skripsi/Tesis/Disertasi

Muchsin. 2003. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret

Jurnal

Lusyarif, Muhammad Ifdol, dkk. 2015. *Eksplorasi Anak Pada Iklan Televisi Tri Indie+*. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Volume 4, Nomor 3

Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 1999 tentang Pengesahan *ILO Convention Minimum Age For Admission To Employment* (Konvensi ILO mengenai Usia Minimum Untuk Diperbolehkan Bekerja), Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3835;

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3886;

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Lembaran Negara RI Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4252;

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Lembaran Negara RI Tahun 2003 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4279;

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang, , Lembaran Negara RI Tahun 2007 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4270;

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/2012 tentang Standar Program Siaran

