



PERATURAN BERSAMA

**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAN
MENTERI KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA**

NOMOR : 20/PER/M.KOMINFO/5/2008

NOMOR :

TENTANG

**PENGGUNAAN SUMBER DAYA DALAM NEGERI UNTUK PRODUKSI FILM
IKLAN YANG DISIARKAN DAN DIPERTUNJUKAN DI INDONESIA**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAN
MENTERI KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA,**

- Menimbang** : a. bahwa pesatnya pertumbuhan industri penyiaran dan periklanan membuka peluang untuk mengembangkan produksi film iklan dalam negeri sebagai upaya pemberdayaan sumber daya dalam negeri;
- b. bahwa produksi, pertunjukan dan penyiaran film iklan merupakan sarana promosi bagi kekayaan budaya, sumber daya manusia, dan sumber daya alam perlu dimanfaatkan secara optimal dalam upaya mengurangi ketergantungan terhadap luar negeri;
- c. bahwa sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas perlu adanya keselarasan dan sinkronisasi dalam upaya pemberdayaan sumber daya dalam negeri yang ditetapkan dengan Peraturan Bersama Menteri Komunikasi dan Informatika dan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata;
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Perfilman Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 32 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252);

2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252);
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1994 tentang Penyelenggaraan Usaha Perfilman (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1994 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3541);
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 28, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4485);
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 127, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4566);
6. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4568);
7. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 187/M Tahun 2005 tentang Kabinet Indonesia Bersatu sebagaimana telah beberapa kali dirubah terakhir dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 77/P Tahun 2007;
8. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah beberapa kali dirubah terakhir dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008;
9. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2005 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah beberapa kali dirubah terakhir dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 94 Tahun 2006;
10. Surat Keputusan Menteri Penerangan Republik Indonesia Nomor 215/KEPMENPEN/1994 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penyelenggaraan Usaha Perfilman;

11. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 01/P/M.KOMINFO/4/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Departemen Komunikasi dan Informatika;
12. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 17/HK.001/MKP/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Kebudayaan dan Pariwisata sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.07/HK.001/MKP/2007;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN BERSAMA MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAN MENTERI KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA TENTANG PENGGUNAAN SUMBER DAYA DALAM NEGERI UNTUK PRODUKSI FILM IKLAN YANG DISIARKAN DAN DIPERTUNJUKAN DI INDONESIA.

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Peraturan Bersama ini yang dimaksud dengan:

1. Jasa periklanan adalah jasa pembuatan, produksi dan pasca produksi hingga produk iklan siap disiarkan dan dipertunjukkan.
2. Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
3. Sumber daya dalam negeri adalah pelaku dan pihak yang berperan dalam proses pembuatan dan jasa teknik film iklan dilaksanakan oleh sumber daya manusia Indonesia dengan latar belakang alam dan budaya nasional.
4. Materi iklan adalah semua komponen atau unsur yang digunakan atau dipakai dalam proses pembuatan produksi iklan meliputi dan tidak terbatas pada sumber daya manusia pemeran, namun juga komponen yang digunakan hingga siap siar;
5. Komisi penyiaran Indonesia (KPI) adalah lembaga negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah;

BAB II
TUJUAN
Pasal 2

Peraturan Bersama ini bertujuan:

- a. meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi iklan nasional;
- b. mendorong tumbuhnya kemampuan nasional meliputi sumber daya manusia, alam, potensi maupun fasilitas yang tersedia di Indonesia; dan
- c. memperkenalkan kekayaan dan kebudayaan nasional ke dunia global.

BAB III
PRODUKSI DAN PERTUNJUKAN FILM IKLAN
Pasal 3

- (1) Produksi film iklan yang dipertunjukkan dan disiarkan wajib menggunakan sumberdaya dalam negeri.
- (2) Pihak yang berperan melakukan atau terlibat dalam proses pembuatan film iklan meliputi dan tidak terbatas pada model, pemain, penampil, sutradara, pengarah kreatif, pengarah fotografi, pengarah lampu, pengurus produksi, juru kamera, juru audio, pembantu produksi (*crew*), suara latar, operator telecinema, penyunting *online*, penyunting, penyunting *offline*, penyunting efek, tenaga grafis, pelukis animasi, pemain musik, pengubah lagu, juru rekam suara, penasihat teknis dan pemeran pengganti (*stuntman*), editor *offline*, editor *online*, editor special effect 3D animasi baik audio maupun visual serta jasa teknik film.
- (3) Latar belakang yang digunakan dalam pembuatan film iklan terdiri dari latar panggung (*backdrop, setting*), bangunan, panorama alam, flora, fauna, musik, kesenian, bahasa, dan manusia atau latar belakang masyarakat Indonesia.

Pasal 4

- (1) Pembuatan film iklan untuk dipertunjukkan dan disiarkan di Indonesia harus menggunakan sumber daya dalam negeri.
- (2) Perekaman, pengeditan dan penambahan efek suara, harus dilakukan di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- (3) Pengecualian dari ayat (1) dan ayat (2) hanya dapat dilakukan dengan alasan kuat dan bukti-bukti faktual yang mendukung, bahwa jasa atau proses termaksud benar-benar tidak dapat atau belum dapat dilakukan di Indonesia yang dibuktikan dengan Tanda Pendaftaran Produksi Pengecualian.

Pasal 5

- (1) Dalam hal tidak tersedianya sumber daya dalam negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1), produksi film iklan dapat menggunakan sumber daya asing dengan menunjukkan alasan dan bukti faktual yang disampaikan secara tertulis kepada Menteri Kebudayaan dan Pariwisata melalui Direktur Jenderal Nilai Budaya, Seni, dan Film.
- (2) Menteri Kebudayaan dan Pariwisata melalui Direktur Jenderal Nilai Budaya Seni dan Film mengeluarkan izin berupa Tanda Pendaftaran Produksi Pengecualian sebelum film iklan yang menggunakan sumber daya asing sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disiarkan dan dipertunjukkan.
- (3) Berdasarkan Tanda Pendaftaran Produksi Pengecualian sebagaimana dimaksud pada ayat (2) Lembaga Penyiaran dapat menyiarkan iklan tersebut dan melaporkannya kepada Menteri Komunikasi dan Informatika melalui Direktur Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi informasi.

Pasal 6

Produksi film iklan sebelum disiarkan atau dipertunjukkan, terlebih dahulu harus dinyatakan lulus sensor dengan dikeluarkannya Surat Tanda Lulus Sensor (STLS) oleh Lembaga Sensor Film (LSF) sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB IV

FILM IKLAN ASING

Pasal 7

Impor film iklan untuk dipertunjukkan dan disiarkan di Indonesia dilarang, kecuali :

- a. Iklan pariwisata yang memuat unsur pariwisata dari suatu negara asing dengan barang atau jasa yang keberadaannya di negara tersebut.
- b. Iklan properti mengenai bangunan, rumah, apartemen, gedung yang berlokasi di luar Indonesia.
- c. Iklan mengenai pertandingan internasional, perlombaan, festival, pendidikan tinggi, sekolah/studi dan kegiatan lain yang berlokasi di luar Indonesia.
- d. Iklan *brand global* dan atau yang membawa *brand image* dengan tokoh pemeran tertentu, yang penayangan di seluruh dunia menggunakan tokoh tersebut.
- e. Iklan dengan karakter atau yang merupakan aktivitas unggulan (*flag ship*) suatu negara.

BAB V
PENYIARAN FILM IKLAN

Pasal 8

- (1) Lembaga Penyiaran bertanggung jawab atas siaran iklan yang disiarkan melalui lembaganya.
- (2) Lembaga penyiaran wajib mengutamakan penyiaran produk iklan yang menggunakan sumber daya dalam negeri.
- (3) Tanggung jawab Lembaga Penyiaran dalam hal mematuhi peraturan ini terbatas pada meminta surat pernyataan dari pemasang iklan atau perusahaan iklan / rumah produksi atau pengiklan yang menyatakan bahwa materi iklan yang akan disiarkan telah menggunakan sumber daya dalam negeri, dengan menyertakan Tanda Pendaftaran Produksi dan Surat Tanda Lulus Sensor (STLS).
- (4) Lembaga penyiaran menyampaikan laporan ringkas yang disusun berdasarkan pernyataan para pemasang iklan, tentang perkembangan produk iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiarnya setiap 6 (enam) bulan, kepada Menteri Komunikasi dan Informatika melalui Direktur Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi.

Pasal 9

Materi siaran iklan yang disiarkan melalui Lembaga Penyiaran harus sesuai dengan standar maupun kode etik periklanan Indonesia yang dikeluarkan oleh asosiasi yang bersangkutan, serta memenuhi persyaratan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

BAB VII
PENGAWASAN

Pasal 10

- (1) Pengawasan penayangan produk film iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiaran dilaksanakan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika melalui Direktur Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi.
- (2) Pengawasan produksi dan pertunjukan film iklan di Indonesia dilaksanakan oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata melalui Direktur Jenderal Nilai Budaya, Seni dan Film.

Pasal 11

- (1) Terhadap Lembaga Penyiaran yang tidak mematuhi Peraturan Bersama ini, Menteri Komunikasi dan Informatika melalui Direktur Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi dapat mengambil tindakan pengenaan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Lembaga Penyiaran yang dikenai sanksi dapat menyampaikan keberatan tertulis kepada Menteri Komunikasi dan Informatika melalui Direktur Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi.

Pasal 12

- (1) Terhadap perusahaan pembuat film iklan yang tidak mematuhi Peraturan Bersama ini, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata melalui Direktur Jenderal Nilai Budaya, Seni dan Film dapat mengambil tindakan pengenaan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Perusahaan pembuatan film iklan yang dikenai sanksi dapat menyampaikan keberatan tertulis kepada Menteri Kebudayaan dan Pariwisata melalui Direktur Jenderal Nilai Budaya Seni dan Film.

BAB VIII

KETENTUAN LAIN-LAIN

Pasal 13

- (1) Sumber tenaga dalam produksi iklan maupun proses pasca produksi sebuah produk iklan yang menggunakan tenaga kerja asing atau penasehat teknis (technical advisor) untuk tujuan alih teknologi, harus didampingi oleh tenaga kerja dalam negeri dengan perbandingan 1 (satu) tenaga kerja asing dan 3 (tiga) tenaga kerja dalam negeri.
- (2) Perusahaan periklanan yang mempekerjakan tenaga kerja asing atau orang asing yang beroperasi di sektor produksi film iklan di Indonesia wajib mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB X
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 14

Dengan berlakunya Peraturan Bersama ini, peraturan yang mengatur mengenai produksi iklan, pertunjukkan dan penyiaran, masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan Bersama ini.

Pasal 15

Peraturan Bersama ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 30 Mei 2008

Menteri Kebudayaan dan Pariwisata

Ir. Jero Wacik, SE

Menteri Komunikasi dan Informatika



Mohammad Nuh