



**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
REPUBLIK INDONESIA**

**PERATURAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR : 25 /PER/M.KOMINFO/5/2007**

**TENTANG**

**PENGGUNAAN SUMBER DAYA DALAM NEGERI  
UNTUK PRODUK IKLAN YANG DISIARKAN MELALUI LEMBAGA  
PENYIARAN**

**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
REPUBLIK INDONESIA,**

- Menimbang :
- a. bahwa seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri penyiaran dan periklanan maka terbuka peluang untuk menggali potensi keahlian dan profesionalisme sumber daya di bidang industri periklanan dalam negeri;
  - b. bahwa penayangan iklan merupakan sarana promosi, baik bagi sumber kekayaan budaya, sumber daya manusia, sumber daya alam Indonesia, kekayaan hayati maupun pengetahuan tradisional sehingga seyogyanya dimanfaatkan secara maksimal, dalam produk siaran iklan oleh industri periklanan dalam negeri;
  - c. bahwa untuk mengantisipasi proses globalisasi

dan akan terbukanya sektor jasa periklanan sebagai bagian dan klasifikasi bisnis servis (business services) di GATS, maka dipandang perlu secara cepat menumbuhkembangkan sumber daya periklanan lokal yang siap memasuki kompetisi sektor jasa di manca negara;

d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana tersebut huruf a dan huruf c di atas, dipandang perlu mengeluarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia tentang Penggunaan Sumber Daya Dalam Negeri untuk Produk 'Man yang disiarkan melalui Lembaga Penyiaran.

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252), khususnya Pasal 5 (e), (h) dan 0) mengenai Asas, Tujuan, Fungsi dan Arah, serta Pasal 46 ayat 11 mengenai materi siaran iklan;
  2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 85) khususnya Pasal 8 dan Pasal 9;
  3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 32, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3472);
  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 Tahun 2005 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), Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara. Republik Indonesia;
  7. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 187/M Tahun 2004 tentang Kabinet Indonesia Bersatu, sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Nomor 8 Tahun 2005;
  8. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia;
  9. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor : 01/P/M. KOMINFO/4/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Departemen Komunikasi dan Informatika.

## **MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : **PERATURAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA TENTANG PENGGUNAAN SUMBER DAYA DALAM NEGERI UNTUK PRODUK IKLAN YANG DISIARKAN MELALUI LEMBAGA PENYIARAN**

### **BAB I KETENTUAN UMUM**

#### **Pasal 1**

Dalam peraturan ini yang dimaksud dengan :

1. Jasa periklanan adalah jasa pembuatan, produksi dan pasea produksi hingga produk iklan siap siar;
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 yang disiarkan melalui Lembaga Penyiaran sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran;
3. Sumber daya dalam negeri adalah sebagaimana yang dimaksud di dalam Pasal 5 (c), (h), dan (j) serta Pasal 46 Ayat (11) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran;
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 yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-undang No. 32 Tahun 2002, setelah Keputusan Mahkamah Konstitusi Nomor 005/



PUU-1/2003, tanggal 22 Juli 2004, sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran;

6. Menteri adalah Menteri yang bertanggung jawab di bidang penyiaran

## **BAB II TUJUAN**

### **Pasal 2**

- 1) Peraturan ini bertujuan untuk mendorong tumbuhnya kualitas sumber daya manusia bangsa Indonesia sebagaimana diamanatkan oleh Pasal 5 (e), (h) dan (j), serta Pasal 46 Ayat (11) batang tubuh Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- 2) Mengurangi ketergantungan terhadap luar negeri, mendorong peningkatan kemampuan perekonomian rakyat, mewujudkan pemerataan, dan memperkuat daya saing bangsa dalam era globalisasi.
- 3) Memperkenalkan kekayaan dan kebudayaan nasional ke dunia global.

## **BAB III KEWAJIBAN LEMBAGA PENSIARAN**

### **Pasal 3**

Lembaga Penyiaran

- a Bertanggung jawab atas siaran iklan yang disiarkan melalui lembaganya.
- b. 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, model surat pernyataan

- mane terdapat di Lampiran peraturan ini.
- c. Wajib untuk mengutamakan penyiaran produk iklan yang menggunakan sumber daya lokal yang maksimal dengan, memperhatikan masa transisi tersebut di Pasal 11 peraturan ini.
  - d. Menyampaikan laporan ringkas yang disusun berdasarkan pernyataan pars pemasang iklan, tentang perkembangan produk iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiarnya setiap 6 (enam) bulan, kepada Menteri.

## **BAB IV**

### **SUMBER DAYA IKLAN DALAM NEGERI**

#### **Pasal 4**

- (1) Sumber daya iklan untuk produk iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiaran wajib menggunakan pemeran dan latar belakang iklan yang berasal dari dalam negeri, dengan masa transisi sebagaimana tersebut di Pasal 11 peraturan ini.
- (2) Pihak yang berperan melakukan atau terlibat dalam proses pembuatan 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 3-D animasi baik audio maupun visual.
- (3) Latar belakang yang digunakan dalam pembuatan iklan terdiri dari latar panggung (backdrop, setting), bangunan, panorama alam, flora, fauna, musik, kesenian, bahasa, dan manusia atau latar belakang masyarakat Indonesia.

## **BAB V IKLAN ASING**

### **Pasal 5**

Iklan asing atau iklan yang menggunakan sumber daya asing untuk disiarkan pada lembaga penyiaran terbatas pada :

- a. Iklan pariwisata, yaitu iklan yang memuat unsur pariwisata dari suatu negara asing dengan barang atau jasa yang keberadaannya di negara tersebut.
- b. Iklan properti, yaitu iklan 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, dimana penayangan produk iklan termaksud di seluruh dunia akan menggunakan tokoh tersebut.
- e. Iklan dengan karakter atau yang merupakan aktivitas unggulan ((tau ship) suatu negara.
- f. Perbedaan pendapat mengenai penafsiran huruf d dan e di atas dapat dikonsultasikan kepada Menteri.

## **BAB VI KOMPONEN DAN PROSES PRODUKSI IKLAN**

### **Pasal 6**

- (1) Pembuatan iklan untuk siaran produk iklan yang disiarkan lembaga penyiaran di Indonesia harus diproduksi dan diproses di dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.
- (2) Perekaman, pengeditan dan penambahan efek suara, harus dilakukan di wilayah hukum Republik Indonesia.
- (3) Perkecualian dari Ayat (1) hingga Ayat (2) di atas 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 disampaikan kepada Lembaga Penyiaran, dimana produk iklan tersebut akan disiarkan.

- (4) Alasan tersebut di Ayat (3) agar disampaikan ke Menteri.

## **BAB VII ISI /MUATAN SIARAN IKLAN**

### **Pasal 7**

Isi / muatan produk iklan yang disiarkan melalui Lembaga Penyiaran harus sesuai dengan standar maupun kode etik periklanan Indonesia yang dikeluarkan oleh asosiasi yang bersangkutan, serta memenuhi persyaratan yang dikeluarkan oleh KPI, maupun peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## **BAB VIII PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK PERIKLANAN**

### **Pasal 8**

- (1) Sumber tenaga dalam produksi iklan maupun proses pasca produksi sebuah produk iklan yang menggunakan tenaga asing atau penasehat teknis (technical advisor) untuk tujuan alih teknologi, harus didampingi oleh tenaga lokal dengan perbandingan 1 : 3.
- (2) Guna pencapaian MUM yang tinggi (Jae produk iklan lokal maupun berkembangnya sumber daya manusia dalam negeri, maka selambat-lambatnya 2 (dua) tahun dari ditetapkannya peraturan ini, fungsi dan peran tenaga asing tersebut harus dapat ditangani oleh tenaga kerja lokal.
- (3) Tenaga asing yang bekerja di sektor periklanan di Indonesia, wajib memberikan jasa pendidikan atau pelatihan untuk para



- pekerja atau sumber daya manusia lokal secara cuma-cuma. melalui media dan sarana yang tersedia, baik melalui lembaga pendidikan formal maupun informal, sedikitnya 2 (dua) kali setahun, termasuk melalui sistem magang.
- (4) Lembaga pendidikan formal maupun informal di sektor periklanan harus dapat memanfaatkan peluang pembelajaran tersebut di Ayat (3) dengan sebaik-baiknya, dan menyampaikan laporan tentang upaya tersebut kepada Menteri.
  - (5) Usaha periklanan yang mempekerjakan tenaga kerja asing atau orang asing yang beroperasi di sektor produksi iklan di Indonesia sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dan Ayat (2), wajib menaati peraturan perundang-undangan terkait yang berlaku, tidak terbatas pada peraturan tentang imigrasi, perpajakan, tenaga kerja, ijin usaha maupun perijinan lain yang ditetapkan.
  - (6) Sumber tenaga asing sebagaimana dimaksud dalam peraturan ini selama berada di wilayah Indonesia, wajib mendaftarkan di asosiasi terkait dengan pekerjaan mereka, menaati syarat-syarat, standar kinerja, kewajiban yang ditentukan oleh asosiasi terkait dengan pekerjaannya, dan asosiasi wajib memperlakukan mereka secara setara dengan tenaga lokal dalam klasifikasi yang sama.

## **BAB IX**

### **PERLINDUNGAN ATAS HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL TERMASUK HAK CIPTA**

#### **Pasal 9**

- (1) Karya cipta, kreasi atau ide seorang yang digunakan untuk sebuah produk iklan, jika ada, berhak untuk mendapat apresiasi dan perlindungan.
- (2) Si pencipta berhak mengajukan permintaan atau perlindungan sebagai pemilik hak, melalui perusahaan di mana ia bekerja, untuk menegaskan hak yang diberikan oleh Undang-undang

No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, khususnya Pasal 8 dan Pasal 9.

- (3) Penegasan tentang pihak yang akan memiliki hak atas kekayaan intelektual seperti hak cipta tersebut dituangkan dan disepakati dalam perjanjian antar para pihak yang bersangkutan, yakni antara pihak pencipta dengan perusahaan.
- (4) perusahaan periklanan wajib menghormati perjanjian tentang pemberian perlindungan hak tersebut di Ayat (3), dengan mendaftarkan perjanjian tersebut di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

## **BAB X PENGAWASAN**

### **Pasal 10**

- (1) Pengawasan berkala bagi produk iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiaran dilaksanakan oleh Menteri, berdasarkan laporan berkala yang disampaikan sebagaimana tersebut di Pasal 3 Butir (d) peraturan ini.
- (2) Menteri dapat mengambil tindakan terhadap lembaga penyiaran yang tidak mematuhi peraturan ini sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- (3) Lembaga penyiaran yang dikenai sanksi dapat menyampaikan keberatan tertulis apabila sanksi tersebut tidak cukup dasar untuk dijatuhkan, berikut alasan dan bukti bukti yang menunjang, dan sanksi akan dapat dicabut.
- (4) Perusahaan pemasangan iklan yang menyampaikan pernyataan yang tidak benar dapat dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
- (5) Dalam proses penjatuhan maupun pencabutan sanksi, semua pertimbangan akan dilakukan secara transparan, dan tertulis.
- (6) Dalam rangka pengawasan yang efektif, Menteri dapat melakukan koordinasi dengan badan atau lembaga pemerintah lain, tidak terbatas pada instansi imigrasi, tenaga

kerja, instansi pemberi ijin, instansi pajak dan aparat penegak hukum apabila dirasa perlu.

**BAB XI**  
**MASA TRANSISI BAGI LEMBAGA PENYIARAN**

**Pasal 11**

- (1) Lembaga penyiaran wajib secara bertahap menyesuaikan dengan ketentuan dalam peraturan ini selambat-lambatnya pada akhir tahun 2007.
- (2) Tahap pelaporan pertama wajib telah dimulai 6 bulan sejak ditetapkannya peraturan ini.
- (3) Peraturan ini dapat ditinjau ulang atau diubah sewaktu—waktu, dalam rangka menyikapi perkembangan dari pelaksanaan peraturan ini.

**PENUTUP**

**Pasal 12**

Peraturan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di : Jakarta  
pada tanggal : 1 Mei 2007  
**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
**REPUBLIK INDONESIA,**



Salinan Peraturan Menten ini disampaikan kepada Yth :

1. Presiden RI;
2. Para Menteri Kabinet Indonesia Bersatu;
3. Ketua Komisi Penyiaran Indonesia;
4. Para Eselon I di lingkungan Departemen Komunikasi dan Informatika;
5. Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah seluruh Indonesia;
6. Organisasi Penyelenggara Penyiaran Radio dan Televisi;

Lampiran Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika  
 Nomor : 25/PER/M.KOMINFO/5/2007  
 Tanggal : 1 Mei 2007

**SURAT PERNYATAAN**

**PERUSAHAAN PEMASANGAN IKLAN ATAU AGEN PEMASANG IKLAN MENGENAI  
 PENGGUNAAN SUMBER DAYA DALAM NEGERI UNTUK PRODUK IKLAN  
 YANG DISIARKAN MELALUI LEMBAGA PENYIARAN**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : \_\_\_\_\_  
 Jabatan sesuai : \_\_\_\_\_  
 dengan Anggaran Dasar Perseroan berwenang bertindak untuk dan atas nama  
 Perusahaan : \_\_\_\_\_  
 Alamat kedudukan : \_\_\_\_\_

dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

No.	Komponen dalam pembuatan produk iklan	Sumber daya yang digunakan		Keterangan
		Lokal	Bukan lokal	
1.	Penasehat teknis ( <i>Technical Advisor</i> )			
2.	Pameran (model)			
3.	Latar belakang iklan			
4.	Sutradara			
5.	Pengarah kreatif ( <i>Art Director</i> )			
6.	Pengarah fotografi			
7.	Pengarah lampu			
8.	Pengurus produksi			
9.	Juru kamera			
10.	Juru audio			
11.	Pembantu produksi ( <i>crew</i> )			
12.	Suara latar			
13.	Operator telecinema			
14.	Penyunting <i>Online</i>			
15.	Penyunting			
16.	Penyunting <i>offline</i>			
17.	Efek khusus ( <i>special effect</i> )			
18.	Tenaga grafis			
19.	Pemain musik/latar			
20.	Pengubah lagu			
21.	Juru rekam suara			
22.	Pemeran pengganti ( <i>stuntman</i> )			
23.	Editor <i>special effect 3-D</i>			

(KOSONGKAN BILA UNSUR YANG TIDAK DIGUNAKAN, ATAU TAMBAHAN BILA ADA UNSUR YANG BELUM TERMASUK)



Dalam hal adanya beberapa komponen yang digunakan dalam pembuatan produk iklan tidak menggunakan sumber daya lokal, maka kami menyatakan **DENGAN SEBENARNYA** bahwa kami tidak dapat atau belum dapat menggunakan sumber daya dalam negeri, karena alasan sebagai berikut

---

---

---

Demikian pernyataan ini kami ini kami sampaikan dengan sebenarnya untuk memenuhi ketentuan dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. \_ /P/M. KOMINFO./12007 tentang Penggunaan Sumber Daya Dalam Negeri Untuk Produk iklan yang Disiarkan Melalui Lembaga Penyiaran,

Kami bertanggung jawab atas pernyataan ini dan dengan demikian melepaskan Lembaga Penyiaran dari tanggung jawab atas ketidak benaran pernyataan ini.

**Jakarta, .....**

(nama yang menandatangani)