



**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
REPUBLIK INDONESIA

**Kepada Yth:**  
**Pimpinan Perusahaan Penyelenggara Telekomunikasi**

**SURAT EDARAN**

**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**NOMOR 3 TAHUN 2013**

**TENTANG**

**IKLAN TELEKOMUNIKASI**

**1. UMUM**

Dalam rangka terciptanya persaingan usaha yang sehat di antara penyelenggara telekomunikasi serta perlindungan terhadap konsumen, Pemerintah mempunyai kewajiban untuk melakukan pembinaan terhadap penyelenggaraan telekomunikasi.

Pasal 10 ayat (1) Undang-Undang Nomor 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi menyebutkan bahwa dalam penyelenggaraan Telekomunikasi dilarang melakukan kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di antara para penyelenggara telekomunikasi. Namun dalam kenyataannya masih ditemukan praktek usaha yang kurang sehat dalam memperluas pangsa pasar dengan menawarkan tarif yang tidak wajar, gratis sms maupun internet bahkan pemberian kartu perdana gratis serta undian berhadiah lainnya.

Seiring dengan meningkatnya kegiatan promosi produk dan layanan telekomunikasi, iklan menjadi salah satu pilihan paling efektif untuk memenangkan persaingan usaha yang disebarluaskan melalui media massa dan media lainnya. Namun dengan ketatnya persaingan usaha melalui media iklan saat ini cenderung dapat merugikan masyarakat sebagai calon konsumen karena informasi yang sampai kepada masyarakat selain belum sepenuhnya memenuhi kriteria obyektif, lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan juga mengorbankan kualitas layanannya.

Untuk menjaga situasi yang kondusif sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan yang diarahkan untuk meningkatkan kebijakan pengaturan, pengawasan dan pengendalian di bidang telekomunikasi yang dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan memperhatikan pemikiran dan pandangan yang berkembang dalam masyarakat.

## **2. MAKSUD DAN TUJUAN**

- a. Maksud dari Surat Edaran ini adalah sebagai himbauan kepada setiap penyelenggara telekomunikasi dalam mempromosikan dan mengiklankan produk dan layanannya agar mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Tujuan dari Surat Edaran ini yaitu untuk:
  - 1) menciptakan terselenggaranya persaingan usaha yang sehat antara penyelenggara telekomunikasi;
  - 2) melindungi konsumen dari informasi yang tidak benar; dan
  - 3) menciptakan penyelenggaraan telekomunikasi yang tertib dan berkualitas.

## **3. RUANG LINGKUP**

Ruang lingkup Surat Edaran ini meliputi:

- a. Iklan produk telekomunikasi yang di dalamnya disertakan layanan telekomunikasi (*bundling*) atau diberi bonus layanan telekomunikasi seperti:
  - 1) kartu perdana seluler;
  - 2) modem internet;
  - 3) telepon seluler; dan/atau
  - 4) produk telekomunikasi lainnya.
- b. Iklan layanan telekomunikasi yang meliputi informasi tentang tarif, pulsa, dan kualitas layanan jasa:
  - 1) SMS;
  - 2) MMS;
  - 3) internet;
  - 4) layanan data;
  - 5) *voice*; dan/atau
  - 6) layanan jasa lainnya terkait dengan telekomunikasi.
- c. Media iklan yang dipergunakan:
  - 1) Media Cetak;
  - 2) Media TV/Radio;
  - 3) Media Online;
  - 4) Media Luar Griya;
  - 5) Media Pesan Singkat (SMS) ,MMS, dan display banner; dan/atau
  - 6) Media lainnya.

#### **4. DASAR HUKUM:**

- a. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian;
- b. Undang – Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- c. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- d. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi;
- e. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran;
- f. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

#### **5. PELAKSANAAN :**

- a. Dalam mengiklankan produk dan layanannya, penyelenggara telekomunikasi wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan sebagai berikut:
  1. Pasal 7, Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 17, dan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
  2. Pasal 17, Pasal 19, dan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
  3. Pasal 10 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi;
  4. Pasal 46 ayat (4) Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran;
  5. Pasal 9, Pasal 27, dan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
  6. Pasal 68 dan Pasal 69 Peraturan Pemerintah Nomor 52 tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi;
  7. Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 1 Tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran;
  8. Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 2 Tahun 2012 tentang Standar Program Siaran;
  9. Etika Pariwisata Indonesia.
- b. Penyusunan materi iklan telekomunikasi secara umum harus berdasarkan ketentuan sebagaimana diatur dalam Etika Pariwisata Indonesia (EPI).
- c. Materi iklan telekomunikasi yang ditayangkan melalui media televisi dan radio wajib mentaati ketentuan dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) Komisi Penyiaran Indonesia.

- d. Materi iklan telekomunikasi dilarang mencantumkan kata gratis atau kata lainnya yang bermakna sama bila ternyata konsumen harus membayar biaya lain, sebagaimana diatur dalam Etika Pariwisata Indonesia.
- e. Penyelenggara telekomunikasi yang memprakarsai dan membiayai pembuatan iklan telekomunikasi dan/atau pengguna jasa periklanan harus:
- 1) bersikap jujur dan bertanggung jawab terhadap informasi yang diiklankan;
  - 2) tidak membohongi dan menyesatkan masyarakat;
  - 3) dapat dipahami oleh masyarakat;
  - 4) tidak bertujuan untuk merusak pasar dan merendahkan/menjatuhkan produk layanan telekomunikasi milik penyelenggara telekomunikasi lain;
  - 5) tidak merendahkan suku, ras, agama, budaya, negara, dan golongan;
  - 6) tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - 7) tidak melanggar kesusilaan.
- f. Iklan telekomunikasi yang mencantumkan durasi, tarif pulsa, tarif internet, kecepatan akses, serta kualitas layanan lainnya, pihak penyelenggara telekomunikasi harus dapat membuktikan kebenarannya secara teknis dan tertulis.
- g. Iklan telekomunikasi yang mencantumkan undian berhadiah, wajib mendapatkan izin Kementerian Sosial sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- h. Iklan telekomunikasi yang sudah mendapatkan izin dari Kementerian Sosial wajib mencantumkan nomor izin undian berikut masa berlakunya undian berhadiah.
- i. Iklan telekomunikasi yang berkaitan dengan undian berhadiah atau permainan berhadiah lainnya yang melibatkan penggunaan fasilitas telepon atau *Short Message Services* (SMS) wajib memberitahukan kepada pelanggan secara jelas, lengkap, dan terbuka mengenai tarif pulsa yang dikenakan atas keikutsertaan serta cara menghentikan keikutsertaan.
- j. Setiap produk dan layanan telekomunikasi harus dilengkapi keterangan atau panduan dalam bentuk buku, leaflet dan atau bentuk lainnya yang menggunakan Bahasa Indonesia.
- k. Penyelenggara telekomunikasi wajib menyediakan Unit Pelayanan Pengaduan yang mudah diakses dan menyelesaikan keluhan konsumen.

- l. Penyelenggara telekomunikasi yang melakukan pelanggaran dalam mengiklankan produk dan layanannya akan dikenakan sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- m. Pemerintah bersama masyarakat melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Surat Edaran ini.

## 6. PENUTUP

Dengan Surat Edaran ini diharapkan seluruh penyelenggara telekomunikasi dapat mentaati dan apabila terjadi pelanggaran akan dikenakan sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

**Ditetapkan di Jakarta**  
**pada tanggal 21 Februari 2013**

**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
**REPUBLIK INDONESIA**



**TIFATUL SEMBIRING**

Tembusan Yth:

1. Menteri Sosial Republik Indonesia;
2. Menteri Perdagangan Republik Indonesia;
3. Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional;
4. Ketua Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia;
5. Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha;
6. Ketua Komisi Penyiaran Indonesia;
7. Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia;
8. Ketua Umum Pengurus Pusat Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia.