

ASPEK HUKUM IKLAN ONLINE

Kristanto, Andono

KKB KK-2 TH 17 /10 Kri a

Pembimbing : Dr. Peter Machmud Marzuki, S.H., M.S., LL.M.

ADVERTISING ELECTRONIC COMMERCE

2004

Saat ini, *e-commerce* telah menjadi pilihan utama bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau jasa-nya, karena dengan melalui *e-commerce*, dapat diperoleh beberapa keuntungan baik bagi para pelaku usaha maupun bagi para konsumen, namun terdapat dua hal yang paling mendasar yang perlu untuk diperhatikan dalam mengantisipasi dampak negatif dari *e-commerce* tersebut. ***Pertama***, *e-commerce* merupakan hasil temuan manusia yang mana tentunya senantiasa mempunyai kelemahan-kelemahan dalam sistem teknisnya. ***Kedua***, *e-commerce* mempunyai ketidakpastian dalam segi jaminan kepastian hukum (berkenaan dengan masalah pilihan hukum, yurisdiksi dan penegakan hukum) yang hingga saat ini masih menjadi perhatian yang sangat besar para ahli hukum di dunia.

Keberadaan suatu peraturan hukum yang secara khusus mengatur mengenai *e-commerce* dan aplikasi-aplikasi didalamnya termasuk mengenai iklan *online* sangatlah dibutuhkan. Hal itu dimaksudkan untuk menciptakan suatu kepastian hukum bagi para pengguna *internet* baik dari kalangan produsen/pelaku usaha maupun bagi konsumen. Dan untuk itu pemerintah harus segera menyusun dan/atau mensahkan suatu peraturan hukum khusus mengenai *e-commerce* beserta aplikasi-aplikasinya.

Mengenai upaya penyelesaian sengketa konsumen dalam *e-commerce*, sebaiknya pemerintah juga berupaya untuk mengadakan perjanjian baik itu bersifat bilateral maupun multilateral guna adanya suatu persamaan persepsi mengenai aturan-aturan (baik hukum maupun etik) yang digunakan dalam menyelesaikan sengketa konsumen di *internet*, sehingga kepastian hukum dapat lebih mudah diciptakan.

Kata Kunci : e-commerce, iklan online, peraturan hukum e-commerce, perlindungan konsumen.