

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat tentang produk-produk kosmetik yang menggunakan testimoni sebagai media untuk menjadikan sebuah produk yang akan diminati oleh masyarakat pada umumnya. Penggunaan testimoni pada produk kosmetik sangat berdampak besar bagi keuntungan produsen sehingga hak-hak konsumen dapat dikatakan lemah. Dengan adanya penelitian ini maka penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang iklan produk kosmetik dan upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen atas iklan testimoni yang merugikan atas produk kosmetik.

Penelitian ini menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Keputusan Kepala BPOM No. HK.00.05.4.1745, Burgerlijk Wetboek (BW), Etika Pariwara Indonesia (EPI). Dalam Penelitian ini menyangkut banyak tentang Hak-hak Konsumen dan Hak-hak Pelaku Usaha / Produsen, sehingga dapat dijelaskan secara rinci hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh konsumen. Dengan adanya penelitian ini diharapkan apabila perlindungan konsumen ini lebih banyak mengatur tentang iklan testimoni. Didalam Undang-Undang 8 Nomor 1999 hak-hak konsumen dapat dikatakan masih lemah sehingga perlu adanya tambahan secara rinci tentang periklanan.

Hasil Penelitian adalah upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen atas iklan testimoni yang merugikan atas produk kosmetik dapat menggugat ganti rugi, dan sanksi yang ada masih belum menjerahkan produsen untuk tidak menggunakan kata-kata yang berlebihan dan menyesatkan, kelak diharapkan undang-undang yang akan datang akan menimbulkan efek jera bagi produsen.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Iklan Testimonial, Produk Kosmetik

