

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**TANGGUNG GUGAT INFLUENCER ATAS KERUGIAN KONSUMEN
KARENA KETIDAK SESUAIAN IKLAN *ENDORSEMENT* DI MEDIA
SOSIAL**

SKRIPSI



OLEH:

SHAFIRA PUTRI KUSUMANINGAYU

NIM 031811133135

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS AIRLANGGA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

**TANGGUNG GUGAT *INFLUENCER* ATAS KERUGIAN KONSUMEN
KARENA KETIDAK SESUAIAN IKLAN *ENDORSEMENT* DI MEDIA
SOSIAL**

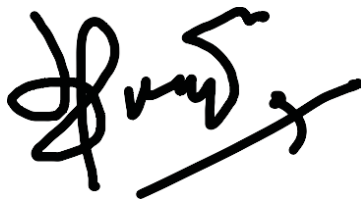
SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Untuk Mencapai Gelar

Sarjana Hukum

DOSEN PEMBIMBING

PENYUSUN



Dr. Bambang Sugeng Ariadi Subagyono., S.H., M.H.

Shafira Putri Kusumaningayu

NIM. 031811133135

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS AIRLANGGA

2022

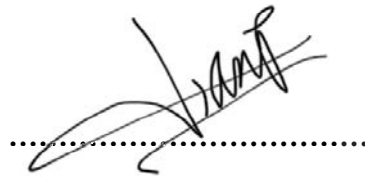
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal

20 Januari 2022

Tim Penguji Skripsi:

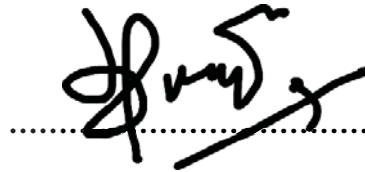
Ketua:

1. Dian Purnama Anugerah, S.H., M.Kn.,
LL.M.



Anggota:

2. Dr. Bambang Sugeng Ariadi Subagyo.,
S.H., M.H.



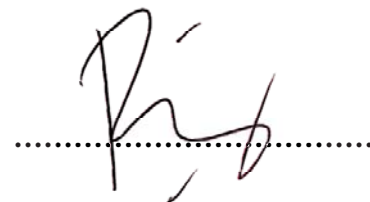
3. Fiska Silvia Raden Roro, S.H., M.M.,
LL.M.



4. Dr. Zahry Vandawati Chumaida, S.H.,
M.H.



5. Ria Setyawati, S.H., M.H., LL.M.



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

NAMA : SHAFIRA PUTRI KUSUMANINGAYU
NIM : 031811133135
BIDANG MINAT : HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG GUGAT *INFLUENCER* ATAS
KERUGIAN KONSUMEN KARENA
KETIDAK SESUAIAN IKLAN
ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang ditulis ini tidak mempunyai persamaan dengan skripsi lain.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan diberikan sanksi oleh Pimpinan Fakultas.

Surabaya, 20 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Shafira Putri Kusumaningayu

NIM. 03181113313

MOTTO

“It always seems impossible until it’s done.”

-Nelson Mandela

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam tak lupa juga Rasulullah SAW. Berkat rahmat-Nya, Penulis telah diberikan kesempatan serta kekuatan yang dapat menghantarkan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dengan judul “Tanggung Gugat *Influencer* atas Kerugian Konsumen Karena Ketidak Sesuaian Iklan *Endorsement* di Media Sosial”. Selama penulisan skripsi ini, Penulis telah berusaha dengan maksimal untuk menyusun skripsi ini dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Airlangga.

Selama proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari doa dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan penghargaan dan mengungkapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho, petunjuk, serta rahmat-Nya kepada Penulis sehingga dapat memberikan kemudahan bagi Penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;
2. Diri Penulis yang telah bersedia untuk tetap berusaha, semangat, dan pantang menyerah hingga saat ini untuk menyelesaikan skripsi ini;
3. Kedua orang tua Penulis yang sangat Penulis sayangi dan cintai yaitu Khoiri Soetomo, S.E. dan Ratnaningsih Endang Suratini, S.E., Guru Penulis yang

terbaik dalam hal apapun, serta telah memberikan dukungan moral, materiil, doa, kasih sayang yang luar biasa besar kepada Penulis;

4. Kakak – kakak & adik – adik kandung Penulis, yaitu Muhammad Satrio Wicaksono, Fadhilah Intan Permatasari, Erina Surviva Maulidina, Corraina Mutiara Aliifahdewi yang selalu menghibur Penulis disaat mengalami kesulitan dan kesuntukan dalam proses penulisan skripsi ini;
5. Bapak Dr. Bambang Sugeng Ariadi Subagyo., S.H., M.H. selaku dosen pembimbing dan penguji yang tiada hentinya memberikan ilmu, arahan, kritik, saran, waktu, dan pikirannya dalam membimbing Penulis;
6. Bapak Dian Purnama Anugerah, S.H., M.Kn., LL.M. selaku ketua penguji sidang skripsi beserta tim penguji yaitu Ibu Fiska Silvia Raden Roro, S.H., M.M., LL.M., Ibu Dr. Zahry Vandawati Chumaida, S.H., M.H., serta Ibu Ria Setyawati, S.H., M.H., LL.M. yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji skripsi Penulis dan memberi saran serta kritik yang sangat membangun dalam penulisan skripsi ini;
7. Ibu Hilda Yunita Sabrie, S.H., M.H. selaku Dosen Wali Penulis yang dengan sangat sabar selalu membantu dan memberikan arahan kepada Penulis dalam hal perkuliahan;
8. Seluruh Dosen, Staff Pengajar, serta para karyawan Fakultas Hukum Universitas Airlangga yang telah memberikan Penulis ilmu yang sangat bermanfaat, dan senantiasa membantu segala urusan Penulis selama perkuliahan;

9. Mas Angga Akbar Pramudianto, S.H., sosok penting dalam hidup Penulis yang telah bersedia sebagai orang yang selalu ada bagi Penulis dikala sedih maupun senang, tak henti – hentinya setiap hari memberi semangat, nasihat, serta pendampingan terhadap Penulis yang sangat luar biasa untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selalu men-support 100% serta memberikan energi positif kepada Penulis baik dalam menyelesaikan kewajiban penulisan skripsi, perkuliahan, maupun organisasi. Menghibur Penulis dikala Penulis merasakan kesuntukan dalam pengerjaan skripsi ini, tempat ternyaman Penulis untuk berkeluh-kesah, bercerita, mencurahkan semua isi hati, serta selalu membimbing Penulis dalam hal akademis hingga non-akademis;
10. Segenap keluarga *Local Board* ALSA LC UNAIR 2020/2021, (Avan, Astrid, Delfira, Vira, Simon, Yoshe, Fahriza, Nanda, Felice, Inez, Rahmandio, Alya, Dzaka, Fauzan, Arinni, Diva) merupakan rekan kerja terbaik selama Penulis berkuliah dan berorganisasi di Fakultas Hukum Universitas Airlangga dan menjabat di ALSA LC UNAIR periode 2020/2021. Rekan kerja sekaligus sahabat sejati yang selalu ada, selalu mendukung serta berkembang bersama- sama untuk menjadi lebih baik untuk diri sendiri, organisasi, dan karir kedepannya. Teman-teman sesama pejuang skripsi yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini;
11. Coordinators serta Staff-Staff Human Resources Development Division ALSA LC UNAIR 2020/2021 (Arsa, Hanna, Thifal, Robertus, Kiki, Raquel,

Ramma, Naya, Nadhil, Dhani, Michelle, Mahendra, Kresna, Joshua, Ivan, Ihza, Filbert, Arya, Edo) merupakan rekan – rekan kerja yang sangat hebat, menemani proses berkembang Penulis di ALSA LC UNAIR;

12. ALSA LC UNAIR, yang merupakan organisasi yang sangat Penulis cintai, yang Penulis anggap sebagai Rumah untuk Penulis berkembang dan berproses selama berkuliah di Fakultas Hukum Universitas Airlangga;

13. Canda Insyira Tamarahen, Namirah Tzalsavila, Intan Indah Saraswati, Nurul Izzah, Fadhilah Rahma Putri, selaku sahabat-sahabat penulis yang selalu ada untuk penulis dan mendukung penulis untuk selalu semangat dalam menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan skripsi ini walaupun dari jarak jauh;

14. Teman-teman Angkatan 2018 yang belum tersebut diatas (Samuel, Josi, Kiki, Maverick, Naufan, Felia, Hilda, Manda, Alfin, Gunawan, Sherin, Nada, Arief, Tia, Faza, Athalia, Arya, Dhandy, Donald, Joshel, Joshua, Mahe, Kaem, Inge, Sonia, Nataya, Nydia, Rahmat, Tara, Dito, Resita, Wahyu, Dilok, dll.) karena telah mau berteman dengan Penulis selama di Fakultas Hukum Universitas Airlangga dan saling men-support satu sama lain dalam perkuliahan. Penulis berharap semoga tali silaturahmi kita bisa selalu terjaga sampai tua nanti;

15. Sahabat SMA Penulis (Rasty, Vanya, Farhan, Didin, Alim, Amar, Gading, Marsel, Ezra, Fakhri, Naufal, Rizal, Virasetya, Tiara, Rania, Farrel) yang selalu ada bagi Penulis dan selalu mendukung Penulis dalam hal apapun termasuk menyelesaikan penulisan skripsi ini, selalu menemani penulis di

hari-hari Penulis sedang tidak berkuliah, menemani Penulis untuk mengerjakan hingga mendengarkan keluhan tentang dunia perkuliahan Penulis serta tentang kehidupan Penulis;

16. Mochi, Sushi, Kitty, Chloe, Fola, Loomi, Pudding, Cimol, Cimil, Bobo, Holi, selaku peliharaan kucing Penulis yang sangat Penulis sayangi dan cintai dikarenakan mereka semua selalu menemani Penulis setiap hari, bahkan pada saat menulis skripsi dan selalu memberikan warna pada hidup Penulis, menghibur Penulis apabila Penulis jenuh;

17. Seluruh Pihak yang tidak bisa Penulis sebutkan satu-satu yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya sekali lagi. Ucapan terima kasih mungkin tidak cukup untuk menggambarkan segala dukungan dan bantuan dari seluruh pihak yang telah diberikan kepada Penulis. Hanya doa terbaik yang dapat penulis berikan kepada seluruh pihak.

Besar harapan Penulis, semoga penulisan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembacanya. Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat berarti bagi Penulis agar menjadikan penulisan skripsi ini lebih baik kedepannya.

Surabaya, 20 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by a series of vertical strokes and a horizontal line at the end.

Shafira Putri Kusumaningayu
NIM 031811133135

ABSTRAK

Pengertian dari Hukum Perlindungan Konsumen tercantum dalam Pasal 1 ayat 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau yang disebut dengan UUPK, menegaskan bahwa segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Pengertian tanggung gugat bisa disamakan dengan akuntabilitas yang memiliki definisi, pada kesediaannya dalam melakukan tanggung jawab dalam bentuk tanggung gugat yang telah diberi untuk orang yang sudah menerimanya serta bersedia melakukan tugas tertentu. Pembahasan Pola Hubungan Hukum antara Konsumen, Pelaku Usaha, & *Influencer*. Kode Etik Periklanan Indonesia tercantum dalam Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020. Larangan – larangan dalam Periklanan ditulis dalam Pasal 17 UUPK.

KATA KUNCI: PERLINDUNGAN KONSUMEN, TANGGUNG GUGAT, PELAKU USAHA, KONSUMEN, INFLUENCER, ENDORSEMENT, IKLAN.

ABSTRACT

The meaning of the Consumer Protection Law is stated in Article 1 paragraph 1 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection or what is called the UUPK, confirms that all efforts that guarantee legal certainty are to provide protection to consumers. The notion of accountability can be equated with accountability which has a definition, in its willingness to carry out responsibilities in the form of accountability that has been given to people who have accepted it and are willing to carry out certain tasks. Discussion of Patterns of Legal Relations between Consumers, Business Actors, & Influencers. The Indonesian Advertising Code of Ethics is listed in the 2020 Amendment of Indonesian Advertising Ethics. Prohibitions in Advertising are written in Article 17 of the UUPK.

KEYWORDS: CONSUMER PROTECTION, LIABILITY, BUSINESS ACTIVITIES, CONSUMERS, INFLUENCER, ENDORSEMENT, ADVERTISEMENT.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR PERUNDANG-UNDANGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Metode Penelitian.....	12
1.5.1 Tipe Penelitian	12
1.5.2 Pendekatan	13
1.5.3 Sumber Bahan Hukum	14
1.5.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum	14
1.5.5 Analisis Bahan Hukum	14
1.6 Pertanggungjawaban Sistematis	15
BAB II POLA HUBUNGAN HUKUM ANTARA PELAKU USAHA, INFLUENCER, DAN KONSUMEN	17
2.1 Konsep Perlindungan Hukum Konsumen	17
2.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen.....	17
2.1.2 Asas-Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	19
2.1.3 Landasan Yuridis Perlindungan Konsumen.....	21

2.2	Pengertian, Hak, dan Kewajiban Konsumen	22
2.2.1	Pengertian Konsumen	22
2.2.2	Hak dan Kewajiban Konsumen.....	25
2.3	Pengertian, Hak, dan Kewajiban Pelaku Usaha	28
2.3.1	Pengertian Pelaku Usaha.....	28
2.3.2	Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	29
2.4	Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha, Influencer, dan Konsumen dalam Bisnis Online	31
BAB III BENTUK TANGGUNG GUGAT INFLUENCER ATAS KERUGIAN KONSUMEN KARENA KETIDAK SESUAIAN IKLAN ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL		41
3.1	Definisi Tanggung Gugat.....	41
3.2	Iklan, Larangan-Larangan	44
3.2.1	Definisi Iklan.....	44
3.2.2	Kode Etik Periklanan	46
3.2.3	Larangan-larangan dalam Periklanan.....	47
3.2.4	Pelaku Usaha Periklanan.....	49
3.2.5	Endorsement Influencer sebagai Media Iklan.....	51
3.3	Pengaturan Hukum Mengenai Influencer dalam Melakukan Pengiklanan terhadap Barang dan Jasa	54
3.4	Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Produk yang di Promosikan Influencer melalui Media Sosial.....	56
3.4.1	Pengaturan dalam Undang – Undang Perlindungan Konsumen...	56
3.4.2	Tanggung Gugat Influencer terhadap Kerugian Konsumen	59
BAB IV PENUTUP		65
1.1	Kesimpulan	65
1.2	Saran	66
DAFTAR BACAAN.....		67

DAFTAR PERUNDANG-UNDANGAN

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kitab Undang – Undang Hukum Perdata

Undang – Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pola Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha, Influencer, dan Konsumen	39
--	----