

1. TELEVISION ADVERTISING
ADLN - PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
2. MARKETING + MANAGEMENT

KIK
Per 30/00
Nur
K

SKRIPSI

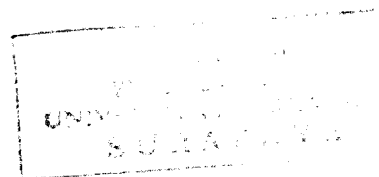
RENY NURHIDANA

**KEKUATAN MENGIKAT *INFOMERCIAL* SEBAGAI
SUATU BENTUK PENAWARAN KEPADA KONSUMEN
(STUDI KASUS IKLAN TV *SHOPPING*)**



**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
2000**

**KEKUATAN MENGIKAT *INFOMERCIAL* SEBAGAI
SUATU BENTUK PENAWARAN KEPADA KONSUMEN
(STUDI KASUS IKLAN *TV SHOPPING*)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI
SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA HUKUM**

Dosen Pembimbing,

Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H.
NIP. 131 878 393

Penyusun,

Reny Nurhidana
NIM. 039614349

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2000**

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Panitia Penguji
Pada tanggal 1 Februari 2000**

Panitia Penguji Skripsi :

1. Ketua : Dr. Moch. Isnaeni, S.H., M.S.


2. Anggota : - Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H.

- Sri Handajani, S.H., M.Hum.

- Y. Sogar Simamora, S.H., M.Hum.



Handwritten signature of Dr. Moch. Isnaeni, S.H., M.S.



Handwritten signature of Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H.



Handwritten signature of Sri Handajani, S.H., M.Hum.

BAB IV

P E N U T U P

1. Simpulan

- a) Infomercial merupakan salah satu bentuk penawaran jika memuat unsur esensial perjanjian jual beli, yaitu harga dan barang, sehingga iklan tersebut dianggap bagian dari perjanjian (menyatu dengan perjanjian). Sejak terjadinya akseptasi dari konsumen, maka sejak saat itulah lahir kesepakatan yang menimbulkan perjanjian diantara keduanya. Dengan adanya perjanjian tersebut, kedua pihak saling terikat untuk melaksanakan isi dari perjanjiannya termasuk juga apa yang ditegaskan dalam iklannya dengan penuh itikad baik. Para pihak tidak hanya terikat pada isi dari perjanjian tapi juga terikat pada kebiasaan, kepatutan, aturan-aturan hukum pelengkap dan syarat-syarat/janji yang biasa diperjanjikan walaupun mereka tidak menuangkannya dalam perjanjian. Namun, kendala yang muncul adalah adanya belum adanya perundang-undangan yang mengatur tentang status hukum iklan sehingga mengakibatkan timbulnya perbedaan pendapat mengenai status hukum iklan. Ada pendapat yang menyatakan bahwa iklan merupakan bentuk penawaran sedangkan pendapat lain mengatakan iklan bukan merupakan suatu penawaran.
- b). Infomercial yang menyesatkan adalah *infomercial* yang memuat pernyataan yang tidak benar, mengelabui, atau melebih-lebihkan mengenai hakekat

barang yang sifatnya sangat menentukan bagi konsumen. Pihak yang harus bertanggung gugat atas iklan yang menyesatkan adalah produsen atas dasar wanprestasi atau atas dasar perbuatan melanggar hukum. Bagi produsen, terdapat suatu tanggung gugat produk (*product liability*) atas segala kegiatannya yang berkaitan dengan produksi, iklan atau promosi dan praktek perdagangan tidak jujur, dimana produsen harus bertanggung gugat secara mutlak (*strict liability*). Adanya iklan yang menyesatkan merupakan tanggung gugat produk produsen. Pihak perusahaan periklanan dan stasiun televisi penyiar iklan juga harus bertanggung atas dasar perbuatan melanggar hukum dengan menerapkan prinsip *strict liability*. Namun, yang sering kali menjadi kendala bagi konsumen adalah sistem yang dianut Pasal 1365 B.W.di Indonesia yakni *liability based on fault* ini sangat tidak menguntungkan bagi konsumen karena beban pembuktian diberikan kepadanya selaku penggugat sangat memberatkannya.

2. Saran

- a). Dalam rangka memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen atas status hukum suatu iklan baik dalam bentuk brosur maupun audio visual, hendaknya segera ditetapkan suatu aturan hukum tentang periklanan yang mengatur status hukum iklan terhadap konsumennya.
- b). Sebelum berlakunya UUPK, dengan tujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, hakim hendaknya menggunakan kewajibannya yang ditentukan dalam Pasal 27 ayat (1) UU Nomor 14 Tahun 1970. untuk menggali

dan menemukan hukum yang berlaku di masyarakat untuk menerapkan doktrin *produk liability* atau *strict liability* (tanggung gugat kesalahan dengan pembalikan beban pembuktian) atau juga tanggung gugat resiko sehingga konsumen yang akan menggugat para pelaku usaha tidak merasa berat dengan beban pembuktian gugatannya.

