

**SKRIPSI**

**DONNIE GUMILANG**

**PERLINDUNGAN HUKUM  
TERHADAP KONSUMEN ATAS IKLAN  
YANG MERUGIKAN DI MEDIA CETAK**



Per 109/05  
Gum  
P

**FAKULTAS HUKUM NON REGULER  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**2005**

**M I L I E  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**PERLINDUNGAN HUKUM  
TERHADAP KONSUMEN ATAS IKLAN  
YANG MERUGIKAN DI MEDIA CETAK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas  
Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum**

**Dosen Pembimbing,**

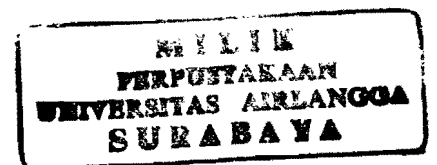
**Penyusun,**



**Leonora Bakarbesy, S.H., M.H.**  
NIP. 131 417 056

**Donnie Gumilang**  
NIM. 039910422 U

**FAKULTAS HUKUM NON REGULER  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan.**

- a. Suatu iklan yang diterbitkan di media cetak tidak boleh merugikan dan menyesatkan dalam mengiklankan barang dan atau jasa, yaitu tidak mengandung unsur-unsur : Menyelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan atau jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan atau jasa, Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat barang dan atau jasa, Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan atau jasa, Melanggar etika dan atau peraturan-peraturan mengenai periklanan.
- b. Perlindungan konsumen secara khusus telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (walaupun dalam peraturan perundang-undangan seperti hukum perdata dan hukum pidana dapat memberikan perlindungan hukum pada konsumen). Upaya hukum disini mencegah agar konsumen terhindar dari iklan produk yang merugikan konsumen di media cetak, juga terdapat peranan BPSK dalam mengatasi pelanggaran terhadap iklan yang merugikan konsumen.

## **2. Saran.**

- a. Agar supaya tidak terjadi kerugian yang lebih banyak lagi seperti yang dialami oleh konsumen pada khususnya, kita membenahi dahulu mutu pendidikan atau pengetahuan konsumen agar tidak mudah terbuju oleh iming-iming iklan produk yang merugikan di media cetak.
- b. Terhadap produsen dan pelaku usaha periklanan juga diharapkan kesadarannya dalam menjual dan mengiklankan produk pada media cetak. Dan juga peranan masyarakat luas juga aparat hukum untuk ikut berperan serta mencegah terjadinya pelanggaran iklan produk yang di iklankan pada media cetak.

