

BAB III

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan, dapat di tarik kesimpulan bahwa *endorser* bertanggung jawab secara tanggung renteng atas kerugian yang di derita konsumen akibat informasi menyesatkan pada iklan produk pemutih kulit yang ditampilkan melalui media sosial *instagram* dan konsumen dapat menuntut ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum sesuai Pasal 1365 KUH Perdata dan Pasal 20 Undang – Undang Perlindungan Konsumen.

B. SARAN

Penulis menyarankan kepada para *endorser* untuk bersikap lebih hati-hati dalam menyampaikan informasi mengenai suatu produk iklan yang ditampilkan melalui media sosial *instagram* agar iklan yang ditampilkan tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen di kemudian hari.

Daftar Pustaka

Buku

- Abdul Halim Barkatullah, 2016, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ali Mansyur, M., 2007, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta.
- Bambang Dwi Atmoko, 2012, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Media Kita, Jakarta.
- Bambang Sunggono, 2005, *Metedologi Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Belch, G.E dan M.A. Belch, 2004, *Advertising And Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*, Sixth Edition, The McGraw Hill / Irwin, New York.
- Bertens, K., 2000, *Pengantar Etika Bisnis*, Kasianus, Yogyakarta.
- Catur Rismiati, E., dan Ig. Bondan Suratno, 2001, *Pemasaran Barang Dan Jasa*, Cetakan Pertama, Kanisius, Yogyakarta.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Craig A. Hill, dkk., 2014, *Social Media, Sociallity And Survei Reseach*, Jhon Wiley& Sons, New Jersy.
- Dedi Harianto, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan Yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Dewan Periklanan Indonesia, 2014, *Etika Pariwisata Indonesia*, Edisi ke 2 Cetakan ke 1, Dewan Periklanan Indonesia, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-3, Andi Offset, Yogyakarta.
- Frank Jefkins, 1997, *Periklanan*, Edisi 3, Erlangga, Jakarta.
- Frans M. Royan, 2004, *Marketing Selebriti "Selebriti dalam Iklan dan Strategi, Selebriti Memasarkan Diri Sendiri"*, Alex Media Komputindo, Jakarta.

- Hamzah Hatrik, 1996, *Asas Pertanggungjawaban Korporasi Dalam Hukum Pidana Indonesia (Strict Liability dan Vicarious Liability)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hermawan Kertajaya, 2005, *Marketing Syariah*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Ima Hardiman, 2006, *400 Istilah PR Media dan Periklanan*, Gagas Ulung, Jakarta.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018, *Strategi Kewirausahaan Digital Sebuah Panduan untuk UMKM, Startup, dan E-Commerce*, diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Moegni Djodjodihardjo, M. A., 1982, *Perbuatan Melawan Hukum*, PT Pradnya Paramita, Jakarta.
- Monle Lee dan Carla Johnson, 2007, *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*, Edisi Pertama, Cetakan Ke-2, Kencana, Jakarta.
- Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Radiosunu, 2001, *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Analisis*, BPFE, Yogyakarta.
- Setiawan, R., 1977, *Pokok – Pokok Hukum Perikatan*, Cetakan Ke-1, Binacipta, Bandung.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta.
- Sistaningrum, 2002, *Manajemen Promosi Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta.
- Sofjan Assauri, 2009, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Subekti, 2003, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermedia, Jakarta, hlm. 127.
- Sudikno Mertokusumo, 2010, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Cahaya Atma Pustaka, Yogyakarta.
- Terence A. Shimp diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial, 2007, *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Jilid I, Edisi Terjemahan, Erlangga, Jakarta.

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014, *Panduan Optimalisasi media sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, diselenggarakan oleh Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Jakarta.

Kamus

Jhon M. Echols dan Hassan Shadily, 1976, *Kamus Inggris Indonesia (An English-Indonesian Dictionary)*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Suharso dan Ana Retnoningsih, 2011, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan Ke-9, Widya Karya, Semarang.

The Internasional Webster's Standard Dictionary, 2006, Trident Reference Publishing, United State Of America.

Peraturan Perundang – Undangan

Undang – Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*), *Staatsblad* Nomor 23 Tahun 1847.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.
Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144. Sekretariat
Negara. Jakarta.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 Tentang Jaminan
Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor
295. Sekretariat Negara. Jakarta.

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45. Sekretariat
Negara. Jakarta.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label
Iklan Dan Pangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999
Nomor 131. Sekretariat Negara. Jakarta.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 329/ MENKES/ PER/ XI
Tahun 1976 Tentang Produksi dan Peredaran Makanan.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 445/ MENKES/ PER/ VI/
1998 Tentang Bahan, Zat Warna, Substratum, Zat Pengawet.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1176/ MENKES/ PER/
VII/ 2010 Tentang Notifikasi Kosmetika.

Peraturan Komisi Informasi Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2010 Tentang
Standar Layanan Informasi Publik.

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor
HK.03.1.23.10.11983 Tahun 2010 Tentang Kriteria Dan Tata Cara
Pengajuan Notifikasi Kosmetika.

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor
HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 Tentang Pengawasan dan Peredaran
Kosmetika.

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 386/ MEN.KES/ SK/ IV/ 1994 Tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Dan Makanan – Minuman.

Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.3870 Tentang Pedoman cara Pembuatan Kosmetik Yang Baik.

Keputusan Deputi Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik, Dan Produk Komplemen Nomor PO.01.04.42.4082 Tentang Pedoman Tata Cara Pendaftaran Dan Penilaian Kosmetik.

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-41/ PJ/ 2012 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Kegiatan Kehumasan Direktorat Jenderal Pajak.

Putusan Pengadilan

Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 27 K/ SIP/ 1972.

Tesis

Syamsudin, M., 2008, *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Periklanan Atas Produk Iklan Yang Melanggar Etika Hukum (Kajian Kritis UU Perlindungan Konsumen)*, Universitas Islam Sultan Agung.

Internet

Aditya Widya Putri, Ketika Pesohor Tersandung Masalah promosi Produk di Instagram, <https://tirto.id/ketika-pesohor-tersandung-masalah-promosi-produk-di-instagram-dbou>, diakses pada tanggal 29 Maret 2019.

Badan Intelijen Negara, Hati – Hati Memanfaatkan Media Sosial, <http://www.bin.go.id/awas/detil/127/4/20/07/2012/hati-hati-memanfaatkan-media-sosial>, diakses pada tanggal 15 Februari 2019.

Bambang Winarso, Apa itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya,

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada tanggal 12 Maret 2019.

<http://cekbpom.pom.go.id/index.php/home/produk/m2nms33fe2nt2kr89qutjvlf61/all/row/10/page/0/order/4/DESC/search/1/dermastell%20lotion>, diakses pada tanggal 19 Maret 2019.

<http://cekbpom.pom.go.id/index.php/home/produk/m2nms33fe2nt2kr89qutjvlf61/all/row/10/page/0/order/4/DESC/search/6/syabila%20meiliyanti>, diakses pada tanggal 20 Maret 2019.

<http://www.tribunnews.com/section/2019/01/02/kumpulan-quotes-dan-kalimat-bijak-untuk-caption-foto-di-instagram>, diakses pada tanggal 6 Maret 2019.

<https://www.alinea.id/tag/informasi-menyesatkan>, diakses pada tanggal 11 September 2018.

<https://www.instagram.com/about/us/>, diakses pada tanggal 14 Maret 2019.

<https://www.instagram.com/fatmasarizar/?hl=id>, diakses pada tanggal 18 Maret 2019.

<https://www.instagram.com/fatmasarizar/?hl=id>, diakses pada tanggal 20 Maret 2019.

<https://www.instagram.com/p/BmGskjanQa3/?taken-by=cinderella>, diakses pada tanggal 9 September 2019.

<https://www.instagram.com/p/BtQbX9oh1Jp/>, diakses pada tanggal 18 Maret 2019.

<https://www.instagram.com/p/Bu8Ckv0D5GT/>, diakses pada tanggal 18 Maret 2019.

https://www.instagram.com/perawatanbadan_smd/?hl=id, diakses pada tanggal 20 Maret 2019.

Jessica Natalie & Shevani Thalia,

<https://ekbis.sindonews.com/read/963405/150/all-about-that-buzz-the-power-of-brand-endorsement-or-build-in-branding-1423709543>, diakses pada tanggal 10 September 2018.

Sarsintorini Putra, Inspanningsverbintenis Dan Resultaatsverbintenis Dalam Transaksi Terapeutik Kaitannya dengan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hlm. 1, <https://media.neliti.com/media/publications/83608-ID-inspanningsverbintenis-dan-resultaatsver.pdf>, diakses pada tanggal 31 Maret 2019.

Selain Via Vallen, Kasus Kosmetik Ilegal Menyeret Nama Nia Rahmadani, <http://poskotanews.com/2018/12/06/selain-via-vallen-kasus-kosmetik-illegal-menyeret-nama-nia-ramadhani/>, diakses pada tanggal 29 Maret 2019.

Siddiq Ahmad, Perlindungan Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan Di Media Massa, <http://siddiq-4hm4d87.blogspot.com/2010/09/perlindungan-konsumen-akibat-iklan-yang.html>, diakses pada tanggal 20 Mei 2019.

