

PENULISAN SKRIPSI

**ANALISIS KETIDAKSESUAIAN PRODUK DALAM IKLAN TERHADAP
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN: STUDI KASUS PADA
PRAKTIK MODIFIKASI VISUAL PRODUK MAKANAN DI PLATFORM
DIGITAL**



Diajukan oleh :

Richardo Batara Pio

NPM : 200513722

Proram Studi : Hukum

Program Kekhususan : Hukum Ekonomi dan Bisnis

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

PENULISAN SKRIPSI

**ANALISIS KETIDAKSESUAIAN PRODUK DALAM IKLAN TERHADAP
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN: STUDI KASUS PADA
PRAKTIK MODIFIKASI VISUAL PRODUK MAKANAN DI PLATFORM
DIGITAL**



Diajukan Oleh :

Richardo Batara Pio

NPM : 200513722

Proram Studi : Hukum

Program Kekhususan : Hukum Ekonomi dan Bisnis

Telah Disetujui Untuk Ujian Pendaran

Dosen Pembimin

**Dr. Y. Sari Murti Widiyastuti,
S.H., M.Hum.**

dee reja

Tanggal : 7/3 '24

Tanda Tangan:

HALAMAN PENGESAHAN

PENULISAN SKRIPSI

**ANALISIS KETIDAKSESUAIAN PRODUK DALAM IKLAN TERHADAP
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN: STUDI KASUS PADA
PRAKTIK kasiPRODUK MAKANAN DI PLATFORM DIGITAL**



Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji
Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dalam Sidang Akademik yang diselenggarakan pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 19 April 2024
Tempat : Ruang SAF Lt. II

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Y. Sari Murti Widiyastuti, S.H., M.Hum

Sekretaris : Nindry Sulistya Widiastiani, S.H., M.H.

Anggota : Dr. J. Widijantoro, S.H., M.H.

Tanda Tangan

Mengesahkan
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Prof. Dr. Teresia Anita Christiani, S.H., M.Hum
HUKUM
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya asli penulis, bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain. Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.



Yogyakarta, 7 Maret 2024

Yang menyatakan,

Richardo Batara Pio

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk, dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi selama perjalanan penulis menuju penyelesaian skripsi ini.

Dalam penelitian ini, yang berjudul "Analisis Ketidaksesuaian Produk dalam Iklan Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen: Studi Kasus pada Praktik Modifikasi Visual Produk Makanan di Platform Digital," penulis telah menjalani perjalanan panjang dalam upaya untuk memahami dan menganalisis fenomena hukum yang berkaitan dengan iklan produk makanan di era digital, khususnya dalam konteks perlindungan konsumen. Penelitian ini merupakan salah satu tahap akhir dari perjalanan akademik penulis, dan penulis berharap hasilnya dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam bidang hukum dan perlindungan konsumen.

Dr. Y. Sari Murti Widiyastuti, S.H., M.Hum. merupakan dosen pembimbing penulis yang menjadi pilar utama dalam penelitian ini. Beliau telah memberikan bimbingan yang sangat berharga selama perjalanan penelitian kami. Bukan hanya memberikan arahan yang mendalam, tetapi juga memberikan dorongan dan motivasi untuk menjadikan penelitian ini sebagai pengalaman belajar yang berarti. Terima kasih atas kesabaran dan dukungan yang telah diberikan.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf fakultas yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan pelatihan yang sangat penulis hargai selama perjalanan kami di perguruan tinggi. Tanpa landasan ilmu yang mereka berikan, penelitian ini tidak akan mungkin terwujud.

Terima kasih yang tak terhingga juga penulis sampaikan kepada keluarga, terutama kepada orang tua dan saudara-saudara. Dukungan moril dan materiil yang mereka berikan selama perjalanan penulis adalah pendorong utama kesuksesan penulis. Mereka adalah sumber inspirasi yang tak tergantikan, dan penulis berharap bahwa penelitian ini adalah wujud penghargaan dan penghormatan penulis terhadap pengorbanan dan cinta mereka.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman, rekan-rekan studi, dan semua individu yang telah berbagi pengalaman, ide, serta dukungan selama perjalanan kami. Diskusi, kolaborasi, dan persahabatan yang terjalin dengan mereka telah memperkaya pemahaman penulis dalam berbagai aspek penelitian.

Penelitian ini, sebagaimana penelitian ilmiah pada umumnya, memiliki keterbatasan dan ruang untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis sangat menghargai pandangan, kritik, serta saran yang dapat membantu penulis dalam mengembangkan penelitian ini dan menghasilkan karya yang lebih baik di masa depan.

Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, masyarakat, dan bidang yang bersangkutan. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian-

penelitian selanjutnya. Penulis berharap semoga Tuhan Yesus senantiasa memberikan berkat dan petunjuk kepada kita semua dalam perjalanan hidup ini.

Yogyakarta, 7 Maret 2024



Richardo Batara Pio

NPM 200513722



ABSTRACT

Discrepancy in product representation in advertisements frequently occurs. Entrepreneurs often engage in visual modification of food products when advertising through digital platforms. Product discrepancy in advertisements is a significant issue concerning consumer rights that must be protected. This research is categorized as normative legal research, utilizing primary legal materials including laws and regulations, as well as secondary legal materials such as expert opinions, books, and journals. Indonesia has implemented various laws to protect consumers. However, these regulations are not comprehensive enough to fully shield consumers from deceptive practices or fraud committed by businesses through visual modifications of products. Visual modification in advertisements can involve alterations in color, typography, visual elements, composition, special effects, and descriptive wording. The manipulation of product representations in advertisements goes beyond just images, covering all the words, information, and supporting visuals used to explain or depict a product. Consumer protection and advertising laws in Indonesia do not completely safeguard consumers from deception through the practice of visually modifying products. Therefore, additional regulations are necessary regarding visual modifications of ready-to-eat food products and the representation of food products in advertisements. Businesses should avoid manipulating visual aspects of products to the detriment of consumers. Businesses must uphold integrity when creating food product advertisements that are honest, transparent, and informative. Consumers also need more education about violations within the practice of visually modifying representations of food products in advertisements. Consequently, a fair and healthy business environment is established, ensuring comprehensive consumer protection.

Key Words: Consumer Protection, Modification, Advertisement, Food Product

DAFTAR ISI

JUDUL PENULISAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Keaslian Penelitian	10
F. Batasan Konsep	17
G. Metode Penelitian	21
BAB II PEMBAHASAN	25
A. Ketidaksesuaian Produk dalam Iklan: Praktik Modifikasi Visual Makanan di Platform Digital	25
B. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia	34
C. Praktik modifikasi visual iklan produk makanan di platform digital dari perspektif hukum perlindungan konsumen	43
D. Solusi agar praktik modifikasi visual produk makanan pada iklan di platform digital sejalan dengan hukum perlindungan konsumen	69
BAB III PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	82