

Abstrak

Saat ini banyak sekali marketing yang memanipulasi iklan suatu produk demi meningkatkan penjualan. Maraknya iklan penipuan ini membuat masyarakat mudah tertipu. Penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat terkait iklan yang menyesatkan dan kaitannya terhadap hukum perlindungan konsumen karena masih banyaknya masyarakat yang sulit untuk membedakan produk konsumen yang benar-benar sesuai dengan iklan yang tertera. Dari penjelasan di atas maka Masalah yang akan di bahas adalah bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen karena iklan yang menyesatkan?. Metode penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan konseptual, pendekatan ini berdasarkan pada doktrin hukum serta perundang-undangan, selain itu juga di kaji dengan studi kasus (*Case Study*) berkaitan dengan materi yang di kaji. Indonesia merupakan Negara yang berlandaskan pada norma hukum, Undang-undang dan Konstitusional. Pembuatan iklan telah di atur dalam Undang - Undang nomor 24 tahun 1997 tentang penyiaran dan Undang - Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Hasil dari kajian ini berupa hak perlindungan konsumen, serta fakta yang memuat hak tersebut yang berupa pasal hukum dan peraturan hukum tersebut. Penulis sangat berharap agar dapat berkontribusi dalam permasalahan yang sudah terjadi sangat lama di masyarakat di Indonesia. Di era globalisasi seperti sekarang banyak sekali informasi yang menyesatkan terkait produk yang di gunakan oleh masyarakat.

Kata kunci: Hukum perlindungan konsumen, Undang – Undang Perlindungan Konsumen, Manipulasi Iklan

Abstract

The title of this thesis is Consumer Protection Against Misleading Advertising, a problem that is examined in this journal regarding consumer protection against advertisements whose use is not in accordance with the characteristics of products that are often consumed by the public. Currently, a lot of marketers manipulate the advertisement of a product in order to increase sales. The rise of fraudulent advertising has made the public gullible. Based on this problem, the author makes this paper which aims to educate the public regarding misleading advertising and its relation to consumer protection laws because there are still many people who find it difficult to distinguish consumer products that actually correspond to the advertisements listed. Indonesia is a country based on legal, constitutional and constitutional norms. The making of advertisements has been regulated in Law number 24 of 1997 concerning broadcasting and Law number 8 of 1999 concerning consumer protection. This research method uses normative research with a conceptual approach, this approach is based on legal doctrine and legislation, besides that it is also examined with case studies related to the material being studied. The results of this study are in the form of consumer protection rights, as well as facts that contain these rights in the form of legal articles and legal regulations.

Keywords : *Consumer Protection Law, Consumer Protection Act, Advertising Manipulation*

Tangkas Hadi Perwira, 2021

Perlindungan Konsumen Terkait Iklan Mobil Melalui Media Televisi

Fakultas Hukum Magister Ilmu Hukum

www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id