

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai tanggung jawab *influencer* terhadap konsumen mengenai kasus *endorsement* produk palsu berdasarkan UUPK dan upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat jual beli produk palsu akibat ulasan *influencer* di media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normative dengan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) dan pendekatan kasus (*Case Approach*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer* memiliki tanggung jawab secara perdata dan secara pidana, di mana konsumen yang merasa dirugikan dapat meminta ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan. Apabila ada konsumen yang menderita kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha, aturan hukum telah memberikan jalan bagi konsumen untuk memperjuangkan hak nya yang dilanggar baik secara perdata maupun pidana. Namun dalam hal ini mengharuskan kesadaran dari setiap konsumen untuk secara aktif mempertahankan hak-haknya agar hal tersebut tidak dilanggar oleh pelaku usaha yang melakukan kecurangan saat menjual produknya melalui media *online*.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, *Influencer*, *Endorsement*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the responsibility of influencers to consumers regarding cases of endorsement of counterfeit products based on the UUPK and legal remedies that can be taken by consumers who are harmed by buying and selling fake products due to influencer reviews on social media. The method used in this research is normative juridical with a statutory approach (Statute Approach) and a case approach (Case Approach). The results of the study show that influencers have civil and criminal responsibilities, where consumers who feel aggrieved can ask for compensation in the form of refunds or replacement of goods and/or services of similar or equivalent value, or health care and/or compensation. If there are consumers who suffer losses caused by business actors, the rule of law has provided a way for consumers to fight for their rights that have been violated both civilly and criminally. However, in this case, it requires the awareness of every consumer to actively defend their rights so that they are not violated by business actors who commit fraud when selling their products through online media.

Keywords : Consumer Protection, *Influencer*, *Endorsement*.