

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah Penulis paparkan dalam bab-bab sebelumnya dan dihubungkan dengan rumusan masalah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Endorser yang mempromosikan kosmetik ilegal merupakan pelaku usaha periklanan yang dapat disamakan dengan perusahaan periklanan. Namun dalam penerapannya, tidak semua Endorser dapat dikatakan sebagai pelaku usaha periklanan. Untuk menyatakan bahwa Endorser merupakan pelaku usaha periklanan, harus dilihat prosedur-prosedur yang dilakukan dalam membuat iklan. Prosedur tersebut melahirkan kategori tertentu yang harus dipenuhi. Kategori tersebut yaitu iklan yang dibuat oleh Endorser harus iklan testimoni dan iklan testimoni yang dibuat oleh Endorser harus merupakan pernyataan mengenai pengalaman pribadi dan bukan pernyataan panduan yang diberikan oleh pelaku usaha.
2. Akibat hukum atas promosi kosmetik ilegal terhadap konsumen berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 adalah konsumen dapat meminta pertanggungjawaban berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku perusahaan periklanan dapat dimintakan pertanggungjawabana atas iklan yang dibuat. Dengan demikian Endorser yang termasuk kedalam pelaku usaha periklanan dapat dimintakan pertanggungjawaban oleh konsumen. Namun, tidak jelas sejauh mana batas pertanggungjawabannya yang harus di emban karena tidak ada pengaturan lebih lanjut. Meskipun tidak jelas, terdapat sanksi yang dapat diberikan yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi pidana.

## **B. Saran**

Berdasarkan pemaparan yang telah Penulis kemukakan, maka terdapat saran yang dapat diajukan oleh Penulis, yaitu

1. Diperlukan adanya pembentukan peraturan yang mengatur mengenai konstruksi pertanggungjawaban yang harus dilakukan pelaku usaha periklanan apabila terjadi kerugian terhadap konsumen yang melihat.
2. Perlu adanya perluasan definisi mengenai pelaku usaha periklanan dimana bukan hanya sekedar yang tercantum dalam Etika Pariwisata Indonesia, mengingat *endorser* dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha periklanan.