



**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP  
MARKETING AGENSI YANG BEKERJASAMA DENGAN  
BRAND PELAKU *MISLEADING ADVERTISING***

**SKRIPSI**

**AKDAVI AKBAR FARUQ**

**1910611203**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
FAKULTAS HUKUM  
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
2023**



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**  
**FAKULTAS HUKUM**  
**PROGRAM STUDI S1- ILMU HUKUM**

---

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**JUDUL :**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP  
MARKETING AGENSI YANG BEKERJASAMA DENGAN BRAND  
PELAKU *MISLEADING ADVERTISING***

**AKDAVI AKBAR FARUQ**

**1910611203**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji  
Program Studi S1- Ilmu Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Jakarta, 6 Juni 2023

Mengetahui  
Ketua Program Studi S1 Hukum

Abdul Kholiq, S.H., M.H.

NIP. 1991101320220310006

Menyetujui  
Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Surahmad, S.H., M.H.

NIP. 470099004181



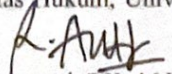
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS HUKUM  
PROGRAM STUDI S1 - ILMU HUKUM

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Akdavi Akbar Faruq  
NIM : 1910611203  
Program Studi : S1 Hukum  
Judul : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap  
Marketing Agensi Yang Bekerjasama Dengan Brand Pelaku  
*Misleading Advertising*


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

  
Dwi Aryanti, S.H., M.H.

Ketua

  
Sulastri, S.H. M.H.

Anggota 1

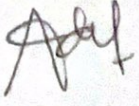
  
Surahma, S.H., M.H.

Anggota 2



  
Herman, S.H., LL.M.

Dekan

  
Abdul Kholiq, S.H., M.H.

Kaprodi

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

## PERNYATAAN ORISINALITAS

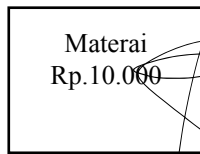
Tugas akhir dalam bentuk skripsi adalah benar hasil karya saya sebagai penulis pertama, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti *plagiarism* dalam penulisan tugas akhir ini, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku.

N a m a : Akdavi Akbar Faruq

N.I.M. : 1910611203

Tanggal : 22 Juni 2023

Tanda Tangan :



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Akdavi Akbar Faruq

NIM/NPM : 1910611203

Fakultas : Hukum

Program Studi : S1 Ilmu Hukum

Jenis Karya : Skripsi

Judul : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MARKETING  
AGENSI YANG BEKERJASAMA DENGAN BRAND  
PELAKU *MISLEADING ADVERTISING*

1. Untuk kepentingan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan karya ilmiah skripsi dengan judul tersebut diatas kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty Rights*).
2. Menyatakan SETUJU untuk melanjutkan pengolahan data skripsi menjadi artikel ilmiah yang dipublikasikan Bersama Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Menyatakan BERSEDIA mengirimkan (*submit*) naskah artikel yang merupakan bagian dari skripsi untuk dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi/jurnal nasional terakreditasi/jurnal nasional ber-ISSN Bersama dengan Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Jakarta, 22 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Akdavi Akbar Faruq

## KATA PENGANTAR

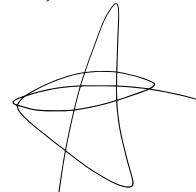
Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Marketing Agensi Yang Bekerjasama Dengan Brand Pelaku *Misleading Advertising*”. Tugas akhir ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua Penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, moral dan doa yang tiada henti sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih juga Penulis panjatkan kepada saudara Penulis atas segala perhatian dan dukungan yang diberikan.
2. Bapak Dr. Drs. Anter Venus, MA, Comm. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Suherman, S.H. LL.M., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Bapak Abdul Kholiq, S.H., M.H., selaku Kaprodi Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Bapak Surahmad, S.H, M.H., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk memberikan masukan, saran, dan kritik yang bermanfaat sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Taufiqurrohman Syahuri, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing Penulis selama menjalani masa perkuliahan.

7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan kepada Penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Rekan-rekan kerja Penulis pada Kira Asia Grup yang telah memberikan pengalaman, dukungan moral, motivasi, serta saran yang membangun untuk Penulis.
9. Teman dekat penulis selama menjalani masa perkuliahan yang telah menemani, membantu, memberikan dukungan, serta berbagi informasi dengan Penulis.
10. Semua pihak lainnya yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan oleh karenanya, Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki kesalahan serta kekurangan demi kesempurnaan penulisan ini. Akhir kata, semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak terkait.

Jakarta, 22 Juni 2023



Akdavi Akbar Faruq

# **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP MARKETING AGENSI YANG BEKERJASAMA DENGAN BRAND PELAKU *MISLEADING ADVERTISING***

## **ABSTRAK**

Dalam pembangunan perekonomian nasional ditengah era globalisasi yang bergerak cepat, banyak bermunculan penyedia jasa yang cakupan pekerjaannya berkaitan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini berhubungan erat dengan proses pendistribusian produk yang berasal dari pelaku usaha kepada konsumennya. Dalam proses tersebut diperlukan sebuah sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produknya, sarana tersebut adalah melalui pemasaran dan periklanan. Tetapi kenyataannya iklan yang ditayangkan banyak tidak menampilkan sifat normatif yang seharusnya menjelaskan secara mendalam mengenai suatu produk, hal ini tentu menimbulkan permasalahan hukum apa bila iklan yang ditayangkan dianggap menyesatkan dikarenakan dalam proses pembuatan dan penayangan iklan banyak melibatkan pihak-pihak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai perlindungan hukum bagi konsumen terhadap agensi *marketing* yang bekerjasama dengan brand pelaku *misleading advertising*. Dengan metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*). Bahan hukum yang dianalisis adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, serta undang-undang terkait lainnya. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masih belum terdapatnya undang-undang yang secara khusus mengatur mengenai periklanan serta mengatur hak dan tanggung jawab bagi para pelaku usaha di bidang periklanan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pihak seperti agensi *marketing*, brand (pelaku usaha), dan kepada pemerintah selaku pembuat kebijakan.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, *misleading advertising*, Pelaku Usaha, UUPK.



*LEGAL PROTECTION FOR CONSUMER AGAINST MARKETING AGENCY  
THAT COLLABORATES WITH BRAND MISLEADING ADVERTISING*

**ABSTRACT**

*In the development of the national economy in the midst of the fast-moving era of globalization, many service providers have emerged whose scope is related to the rapid development of technology. This is closely related to the process of distributing products originating from business actors to their consumers. In this process a means is needed to convey information about the product, the means is through marketing and advertising. However, in reality, many of the advertisements that are displayed do not display normative characteristics that should explain in depth about a product. This study aims to analyze the law of protection for consumers from marketing agencies that work with misleading advertisers brands. The research method used is normative juridical using a statutory approach. The legal materials analyzed are Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law Number 32 of 2002 concerning Broadcasting, and other related laws. The results of this study explain that there is still no law that specifically regulates advertising and regulates the rights and responsibilities of business actors in the field of advertising. This research is expected to provide benefits for parties such as marketing agencies, brands (business actors), and the government to policy makers.*

*Keywords: legal protection, misleading advertising, business actors, UUPK.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	I
PENGESAHAN .....	II
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK .....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
BAB I .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Metode Penelitian .....	7
BAB II.....	10
A. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu (Literature Review) .....	10
B. Tinjauan Teori .....	14
C. Tinjauan Umum.....	18
BAB III .....	33
A. Belum Terdapatnya Definisi Yang Pasti Terkait Dengan Misleading Advertising.....	33
BAB IV .....	44
A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Agensi Marketing Yang Bekerjasama Dengan Brand Pelaku Misleading Advertising .....	44
B. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha (Brand/Agensi) Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia Apabila Terjadi Praktik Misleading Advertising .....	49
BAB V.....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN .....	70