

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- A.Z., Lukman Santoso, 2019, *Aspek Hukum Perjanjian: Kajian Komprehensif Teori dan Perkembangannya*, Penebar Media Pustaka, Yogyakarta.
- Asikin, Zainal dkk., 2016, *Pengantar Hukum Perusahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Fajar, Mukti & Yulianto Achmad, 2022, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Harianto, Dedi, 2020, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bandung.
- Hariri, Wawan Muhwan, 2011, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan dalam Islam*, Pustaka Setia, Bandung.
- Hernoko, Agus Yudho, 2021, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Kencana, Jakarta.
- Kelsen, Hans, 2006, *General Theory of law and State*, Transaction Publisher, New Jersey.
- Kelsen, Hans, 2016, *Teori Hukum Murni (terjemahan Raisul Mutaqien Nuansa & Nusa Media)*, Nusa Media, Bandung.
- Kelsen, Hans, 2018, *Teori Hukum Murni Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif (terjemahan dari Pure Theory of Law)*, Nusa Media, Bandung.
- Khairandy, Ridwan, 2014, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta.
- Kristiyanti, Celina, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Malang.
- Kriyantono, Rachmat, 2013, *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*, UB Press.
- Miru, Ahmadi & Sutarman Yodo, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Moriaty, Sandra, Nancy Mitchell & William Well, 2011, *Advertising*, Kencana, Jakarta.
- Ramli, Ahmad, 2022, *Aspek Hukum Hubungan Platform Digital Over The Top dan Pengguna Konten Multimedia*, Refika Aditama, Bandung.
- Salim, HS & ES Nurbani, 2013, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Raja Grafindo, Jakarta.
- Setiawan, I Ketut Oka, 2015, *Hukum Perikatan*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Shimp, Terence A., 2007, *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications 7<sup>th</sup> Edition*, USA.
- Simatupang, Taufik H., 2004, *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Singh, Shiv & Stephanie Diamond, 2015, *Social Media Marketing For Dummies A Willey Brand 3<sup>rd</sup> Edition*, John Willey & Sons, Inc., New Jersey.
- Soekanto, Soerjono, 2015, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta.
- Suharnoko, 2004, *Hukum Perjanjian*, Kencana, Jakarta.
- Utami, Rheisnandya Pradipta & Tomy Dwi Cahyono, 2023, *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote*, Nusantara Journal of Economics, 5(2).
- Zusrony, Edwin, 2021, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.

## KARYA ILMIAH

- Afandi *et.al*, 2021, *Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z*, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 5(1).
- Agarwal, P.K. & Kapil Garg, 2021, *Celebrity Endorsement As A Tool Of Maximizing Advertising Effectiveness Through Enhancing Brand Awareness, Brand Recall, And Building Brand Image - A Conceptual Review*, *Wesleyan Journal of Research*, 14(12).
- Amaliasari, Rizki & Pande Yogantara, 2021, *Kedudukan Hukum Influencer Dalam Iklan Produk Kosmetika Menyesatkan*, *Jurnal Kertha Negara*, 9(10).
- Ameliani, Putri, Hardian Iskandar & Dodi Jaya Wardana, 2022, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar BPOM*, *Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), hlm. 653-660.
- Amrani, Hanafi, 2016, *Perilaku Menyimpang Praktik Bisnis Periklanan dalam Perspektif Hukum Pidana dan Penegakan Hukumnya*, *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 23(4).
- Arsiallah, Agelia, 2023, *Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Perbuatan Overclaim Dalam Melakukan Promosi Oleh Influencer Pada Suatu Produk*, Skripsi Universitas Mataram, Lombok.
- Azizah, Waqif & NR Nuzil, 2023, *Pengaruh Selebgram Endorse Dika Bj, Paid Promote, Dan Online Costumer Review Terhadap Minat Beli Produk Tas Lucu Pada Pengguna Media Sosial Instagram*, *Innovative: Journal Of Social Science*, 3(4), 4394-4408, [j-innovative.org](http://j-innovative.org), <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3982>.
- Choi, Grace Y. & E. Behm-Morawitz, 2017, *Giving a new makeover to STEAM: Establishing YouTube beauty gurus as digital literacy educators through messages and effects on viewers*, *Computers in Human Behavior*, Elsevier, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217301917>.
- Deni, Asep & Ari Riswanto, 2019, *Pemberdayaan Karyawan (Employee Empowerment) dalam Pespektif Kajian Jurnal Manajemen Sumberdaya Manusia*, *Jurnal Ekonomak*, 5(2).
- Dhabitah, Jaslin & Khairul Anwar Mohd Nor, 2024, *Analisis Pencabutan Izin Komersial Tiktok: Rekomendasi Ekonomi Digital Indonesia*, *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Djafarova, Elmira & Chloe Rushworth, 2017, *Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users*, *Computers in human behavior*, Elsevier, 68, 1-7, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563216307506>.
- Erz, Antonia & AB Heeris Christensen, 2018, *Transforming consumers into brands: Tracing transformation processes of the practice of blogging*, *Journal of Interactive*, 43(1), 69-82, <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.12.002>.
- Fasya, Ilma Ainun Nabila dkk., *Pelanggaran Etika Periklanan: Paradigma Tanggung Jawab Hukum Influencer Terhadap Perbuatan Endorsement*, *Jurnal Mahupas*, 1(2).
- Fernandez, Olmedilla *et al.*, 2016, *Identification of Influencers in eWord-of-Mouth communities using their Online Participation Features*, *First International Conference on Advanced Research Methods and Analytics*, Valencia:

- Editorial Universitat Politècnica de València, 38–45, <https://doi.org/10.4995/carma2016.2016.3642>.
- Fidiastuti, R & Wardani Rizkianti, 2023, *Pertanggungjawaban Terhadap Kesalahan Atau Kelalaian Kurator Dalam Pengurusan Dan Pemberesan Harta Pailit (Perspektif Pribadi Dan Profesi)*, Proceeding: 5<sup>th</sup> National Conference on Law.
- Fireworker, Robert B. & Hershey H. Friedman, 1977, *The Effects of Endorsements on Product Evaluation*, Decision Sciences, 8(3), hlm. 576-583, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1977.tb01104.x>.
- Haan, Perry & Cal Berkey, 2002, *A Study of The Believability of The Forms of Puffery*, Journal of Communications, 8(4).
- Hanim, Latifah, 2011, *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Era Globalisasi*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol.11.
- Hanindharputri, MA & IK Angga Maha Putra, 2019, *Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand*. Sandyakala: Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain, 1(29).
- Keaty, Anne, Roger J. John & Lucy L. Henke, 2002, *Can Internet Service Providers and Other Secondary Parties be Held Liable for Deceptive Online Advertising*, The Business Lawyer, Vol. 58.
- Ku, Yi-Cheng, Chih-Ping Wei & Han-Wei Hsiao, 2012, *To whom should I listen? Finding reputable reviewers in opinion-sharing communities*, Decision Support Systems, 53(3), 534-542, <https://doi:10.1016/j.dss.2012.03.003>.
- Kuncoro, AAP & M Syamsudin, 2024, *Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare*, Prosiding Seminar Hukum Aktual, Climate Change and The Rule of Law.
- Lubis, Taufik Hidayat, 2022, *Hukum Perjanjian di Indonesia*. Jurnal Sosek, 2(3).
- Martin, Craig A. & A.J. Bush, 2000, *Do role models influence teenagers purchase intentions and behavior?*, Journal of Consumer Marketing, 17(5), hlm. 441-453, <https://doi.org/10.1108/07363760010341081>.
- Mastrini, Ni Komang Ari, 2023, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Overclaim Pada Produk Perawatan Kulit (Skincare)*, eprints.unram.ac.id, <http://eprints.unram.ac.id/id/eprint/44159>.
- Padmayani, Ni Putu Gita, I Nyoman Putu Budiarta & Ni Made Puspasutari Ujjanti, 2022, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pengguna Kosmetik Illegal Yang Diiklankan Influencer Di Media Sosial*, Jurnal Preferensi Hukum, 3(2).
- Papp-Váry, Arpad, 2015, *What makes good advertising? 12 timeless principles based on the advice of famous advertising gurus*, Journal of Media Research-Revista de Studii Media, 8(3), hlm. 35-56.
- Patra, Supriyo & Saroj K. Datta, 2020, *Celebrity endorsement in India—Emerging trends and challenges*, Journal of Marketing & Communication, 5(3).
- Pecaric, Mirko, 2022, *The concept of holistic group liability*, Cogent Social Sciences, 8: 2045450, <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2045450>.
- Piola, W, *Pemberdayaan UMKM Melalui Otoritas Pusat Dan Daerah Dalam Ekosistem Digital (Studi Kasus Kerjasama Bandung Dan ...)*, Academia.Edu, No. 931422095(n.d.).

- Purwanto, Yunita & Wilma Laura Sahetapy, 2021, *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Purchase Intention Pada Brand Skincare Somethinc*, AGORA, 10(1),
- Raharni *etc.*, 2014, *Kajian Kebijakan Periklanan Kosmetika di Indonesia: "Kewenangan Pemerintah Pusat Dan Daerah"*, Bul. Penelit. Kesehat, 42(2).
- Ramli, Mohd Anuar dkk., 2018, *Teknik Dakwaan Melampau Dalam Pemasaran Produk Pengguna Menurut Perspektif Hukum Islam*, Journal of Contemporary Islamic Law, 3(2).
- Riama, C. Olivia, 2021, *Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek*, Jurnal Manajemen Komunikasi, 5(2).
- Safitri, Nida Khohida, 2020, *Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Produk Endorsement Influencer/Selebgram Melalui Media Instagram*, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Schouten, AP, Loes Janssen & Maegan Verspaget, 2021, *Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit*, Leveraged Marketing Communications, <https://doi.org/10.4324/9781003155249-12>.
- Sivinski, Greg, 2017, *Is big data a big deal? A Competition Law Approach to Big Data*, European Competition Law Journal.
- Sinaga, Niru Anita, 2014, *Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, 5(2).
- Slamet, Rachmat dkk., 2017, *Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas*, Jurnal Manajemen Indonesia, 16(2).
- Solaiman, Sergio & Mariska MT, 2021, *Pertanggungjawaban Influencer Dalam Pembuatan Konten Pengiklanan Melalui Social Media Yang Mengandung Informasi Palsu (Contoh Kasus Kartika Putri dan Dr. Richard Lee)*, Jurnal Hukum Adigama, 4(2).
- Syamsiah, Desi, 2021, *Kajian Terkait Keabsahan Perjanjian E-Commerce Bila Ditinjau Dari Pasal 1320 Kuhperdata Tentang Syarat Sah Perjanjian*, Jurnal Inovasi Penelitian, 2(1).
- Trisna, Nila, 2019, *Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Atas Iklan yang Menyebabkan Dintinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Ius Civile: Refleksi Penegakan Hukum dan Keadilan, 2(2)
- Uzunoglu, Ebru & Sema Misci Kip, 2014, *Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement*, International Journal of Information Management, 34(5), hlm. 592-602, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.04.007>.
- Virgioni, Dwita, Rizal R Manullang & Fery Panjaitan, 2020, *Analisis Pengaruh Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Periklanan; Studi Kasus Pada PT. Tommino Inti Prima Pangkalpinang*, Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, 7(2).
- Widyanto, Hanif Adinugroho & Cahya Rahmania Agusti, *Beauty influencer in the digital age: How does it influence purchase intention of generation Z*, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 13(1).

## PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Putriana Oktanadia, 2024

**PERTANGGUNGJAWABAN INFLUENCER YANG MELAKUKAN ENDORSE PRODUK KECANTIKAN DENGAN KLAIM BERLEBIHAN (STUDI KOMPARATIF REGULASI DI INDONESIA DAN INGGRIIS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Hukum, S1 Hukum

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

CAP Advertising Guidance (non-broadcast), Health, Beauty, and Slimming Claims Substantiation.

Comission Regulation (EU) No. 655/2013, 10 Juli 2013.

Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (CPR 2008).

Etika Pariwara Indonesia (EPI) Amandemen 2014.

Peraturan BPOM No. 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika.

The CAP Code Edition 12, The UK Code of Non-broadcast Advertising and Direct & Promotional Marketing.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## **PUTUSAN PENGADILAN**

*Southland Sod Farms vs Stover Seed Co., 108 F.3d 1134, 1145 (9<sup>th</sup> Cir. 1997).*

## **WEBSITE**

<https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada 1 Maret 2023 pukul 12.34 WIB.

<https://www.domainesia.com/tips/mengoptimalkan-iklan-media-sosial/>, diakses pada 5 April 2023 pukul 17.16 WIB.

<https://retizen.republika.co.id/posts/218672/forgery-maraknya-overclaim-terhadap-skincare>, diakses pada 25 April 2023 pukul 18.30 WIB.

<https://news.republika.co.id/berita/r8sgqz384/bpom-tren-pelanggaran-iklan-kosmetika-dan-obat-tradisional-meningkat>, diakses pada 25 April 2023 pukul 18.35 WIB.

<https://www.pom.go.id/berita/bpom-ajak-beauty-enthusiast-memahami-ketentuan-dan-persyaratan-kosmetik>, diakses pada 25 April 2023 pukul 18.36 WIB.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/tanggung%20jawab>, diakses pada 25 November 2023 pukul 12:36 WIB.

<https://www.cbsnews.com/news/ben-jerrys-lawsuit-ben-jerrys-sued-for-misleading-consumers-with-happy-cow-characterization/>, diakses pada 5 April 2024 pukul 14.45 WIB.

<https://www.publift.com/blog/misleading-advertising-examples>, diakses pada 5 April 2024 pukul 14.50 WIB.

<https://www.maxmanroe.com/arti-endorse.html>, diakses pada 5 April 2024 pukul 15.00 WIB.

<https://sasanadigital.com/perbedaan-paid-promote-dan-endorse/>, diakses pada 14 Maret 2024 pukul 13.00 WIB.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/overclaim>, diakses pada 5 April 2024 pukul 15.00 WIB.

<https://kontrakhukum.com/article/iklan-overclaim/>, diakses pada 16 Maret 2024 pukul 17.39 WIB.

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230813141729-33-462533/viral-banyak-sunscreen-diduga-palsukan-spf-tak-sesuai-klaim>, diakses pada 15 Maret 2024, pukul 15.57 WIB.

<https://www.asa.org.uk/about-asa-and-cap/about-regulation/about-the-asa-and-cap.html>, diakses pada 22 Mei 2024 pukul 14.10 WIB.

<https://www.asa.org.uk/rulings/skinny-tan-ltd-in-association-with-elly-norris.html>, diakses pada 23 Mei 2024 pukul 21.59 WIB.

<https://www.asa.org.uk/advice-online/beauty-and-cosmetics-creams.html>, diakses pada 27 Mei 2024 pukul 23.48 WIB.

<https://www.asa.org.uk/static/uploaded/89515d0d-5635-42ef97fd8f737fc766e7.pdf>, diakses pada 24 Mei 2024 pukul 16.49 WIB.

<https://www.asa.org.uk/advice-online/recognising-ads-social-media.html>, diakses pada 10 Juni 2024 pukul 18.31 WIB.

<https://www.asa.org.uk/advice-online/affiliate-marketing.html>, diakses pada 10 Juni 2024 pukul 18.33 WIB.

[https://web.archive.org/web/20081111072747/http://www.asa.org.uk/asa/about/short\\_guide/](https://web.archive.org/web/20081111072747/http://www.asa.org.uk/asa/about/short_guide/) diakses pada 10 Juni 2024 pukul 18.32 WIB.

<https://marketinglaw.osborneclarke.com/advertising-regulation/how-are-advertising-and-marketing-regulated-in-the-uk/>, diakses pada 10 Juni 2024 pukul 19.00 WIB.

<https://icpen.org/sites/default/files/2017-06/ICPEN-ORE-Guidelines%20for%20Digital%20Influencers-JUN2016.pdf>, diakses pada 10 Juni 2024 pukul 19.33 WIB.

<https://www.gov.uk/government/publications/social-media-endorsements-guide-for-influencers/social-media-endorsements-being-transparent-with-your-followers>, diakses pada 10 Juni 2024 pukul 19.35 WIB.

<https://www.gov.uk/government/publications/social-media-endorsements-guide-for-influencers/social-media-endorsements-being-transparent-with-your-followers>, diakses pada 11 Juni 2024 pukul 19.47 WIB.