

SKRIPSI

**PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP
KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENGARUH IKLAN
MENYESATKAN MEDIA SOSIAL**

Christian Nugroho Rusmiyanto

NIM: 312019181

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2023**

**PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP
KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT PENGARUH IKLAN
MENYESATKAN MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

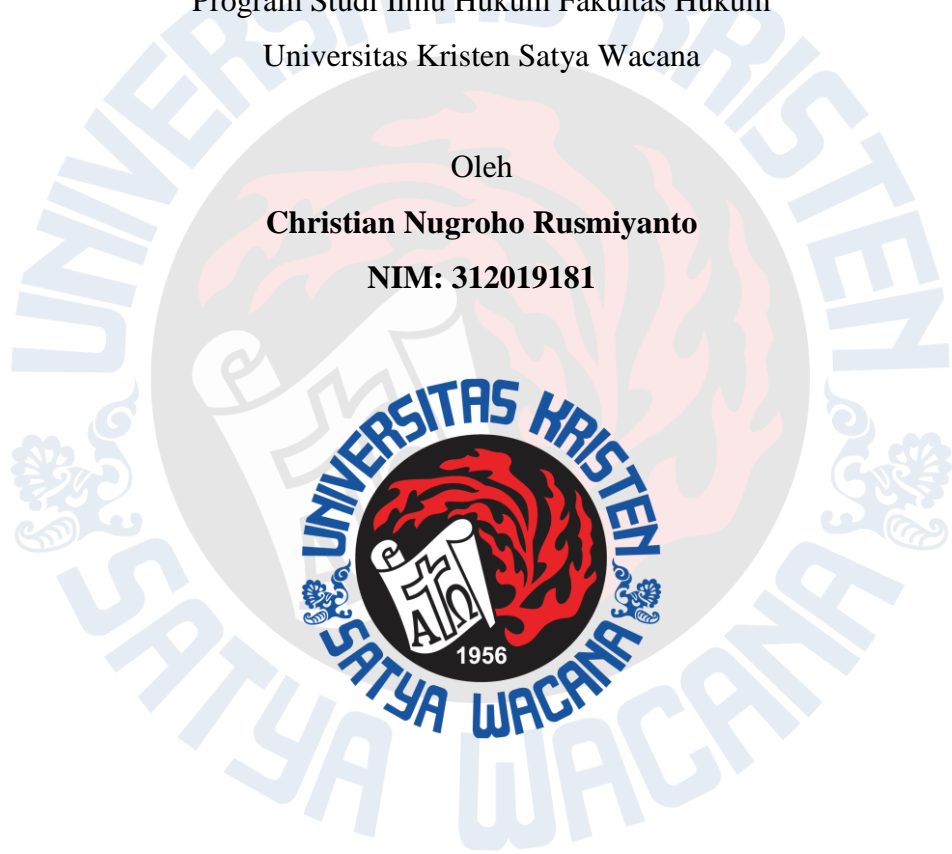
**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum
Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum
Universitas Kristen Satya Wacana**

Oleh

Christian Nugroho Rusmiyanto

NIM: 312019181

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
DESEMBER 2023**

Lembar Persetujuan

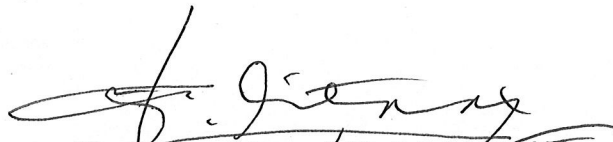
**PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN
KONSUMEN AKIBAT PENGARUH IKLAN MENYESATKAN DI MEDIA
SOSIAL**

Oleh

Christian Nugroho Rusmiyanto

NIM: 312019181

Pembimbing

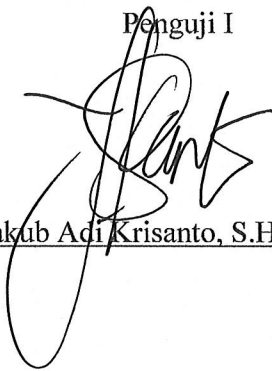


Theofransus Litaay, S.H., L.L.M., Ph.D.

Lembar Pengesahan

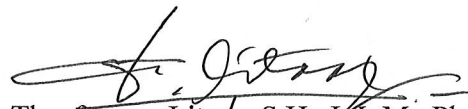
Komisi Penguji

Penguji I



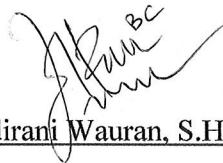
Yakub Adi Krisanto, S.H., M.H.

Penguji II



Theofransus Litaay, S.H., L.L.M., Ph.D.

Penguji III



Indirani Wauran, S.H., M.H.,

Diuji pada Tanggal 11 Desember 2023

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Hukum



Nimon Melatyugra, S.H., M.H.

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Pernyataan Keaslian.....	vii
Daftar Peraturan.....	viii
Abstrak.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Metode Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Tinjauan Umum Konsumen	
1.1. Definisi Konsumen.....	10
1.2. Hak Konsumen.....	11
1.3. Kewajiban Konsumen.....	12
2. Tinjauan Umum Pelaku Usaha	
2.1. Definisi Pelaku Usaha.....	12
2.2. Hak Pelaku Usaha.....	13
2.3. Kewajiban Pelaku Usaha.....	13
2.4. Larangan Pelaku Usaha.....	14
3. Tinjauan Umum Iklan	
3.1. Definisi Iklan.....	15
3.2. Tujuan Iklan.....	17
3.3. Iklan Menyesatkan.....	18
3.4. Contoh Iklan Menyesatkan.....	20
3.5. Pengaturan Periklanan Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan.....	21
4. Teori Tanggung Jawab	
4.1. Pengertian Tanggung Jawab.....	27
4.2. Teori Tanggung Jawab.....	29
5. Tinjauan Umum Perikatan	
5.1. Pengertian Perikatan.....	30
5.2. Sumber Perikatan.....	32

5.3. Tinjauan Umum Wanprestasi.....	32
5.4. Tinjauan Umum Perbuatan Melawan Hukum.....	33
6. Teori Metodologi Penelitian Hukum	
6.1. Pengertian Metodologi Hukum.....	34
6.2. Jenis Metodologi Hukum.....	34

BAB III PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PELAKU USAHA

1. Kerugian Konsumen.....	36
2. Penentuan Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	38
3. Jenis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha.....	40
4. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha	
4.1. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Perbuatan Melawan Hukum.....	42
4.2. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Wanprestasi.....	47
5. Pertanggungjawaban Perusahaan Iklan	
5.1. Tinjauan Umum.....	55
5.2. Pertanggungjawaban Perusahaan Iklan Atas Perbuatan Melawan Hukum.....	57
5.3. Pertanggungjawaban Perusahaan Iklan Atas Wanprestasi.....	60
6. Pertanggungjawaban Media Periklanan	
6.1. Tinjauan Umum.....	61
6.2. Tanggung Jawab Media Sosial.....	63

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
Daftar Bacaan.....	69

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan karunia-Nya yang Tuhan limpahkan kepada penulis. Berkat pimpinan, pertolongan dan kekuatan-Nya yang selalu diyakini penulis bahwa dalam Tuhan jerih payah tidak sia - sia sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih kepada :

1. Bapak Theofransus Litaay, S.H., L.L.M., Ph.D. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian, dorongan, pengertian dan petunjuk untuk mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran.
2. Dr. Umbu Rauta S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Kristen Satya Wacana., Ibu Indirani Wauran S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Fakultas Hukum Universitas Kristen Satya Wacana., serta Ibu Ninon Melatyugra S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Hukum
3. Dr. Titon Slamet Kurnia S.H., M.H selaku wali studi yang mengarahkan penulis dari semester awal hingga semester akhir.
4. Seluruh Staf Pengajar dan Staf TU Universitas Kristen Satya Wacana yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama studi.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Matius Rusmiyanto, Ibu Kristianingsih, dan Dek Grace yang telah memberikan dorongan, semangat dan mendoakan kepada penulis. Akhir kata hanya doa yang dapat penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang penuh kasih semoga membalas segala kebaikan Bapak, Ibu, saudara sekalian.

Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christian Nugroho Rusmiyanto

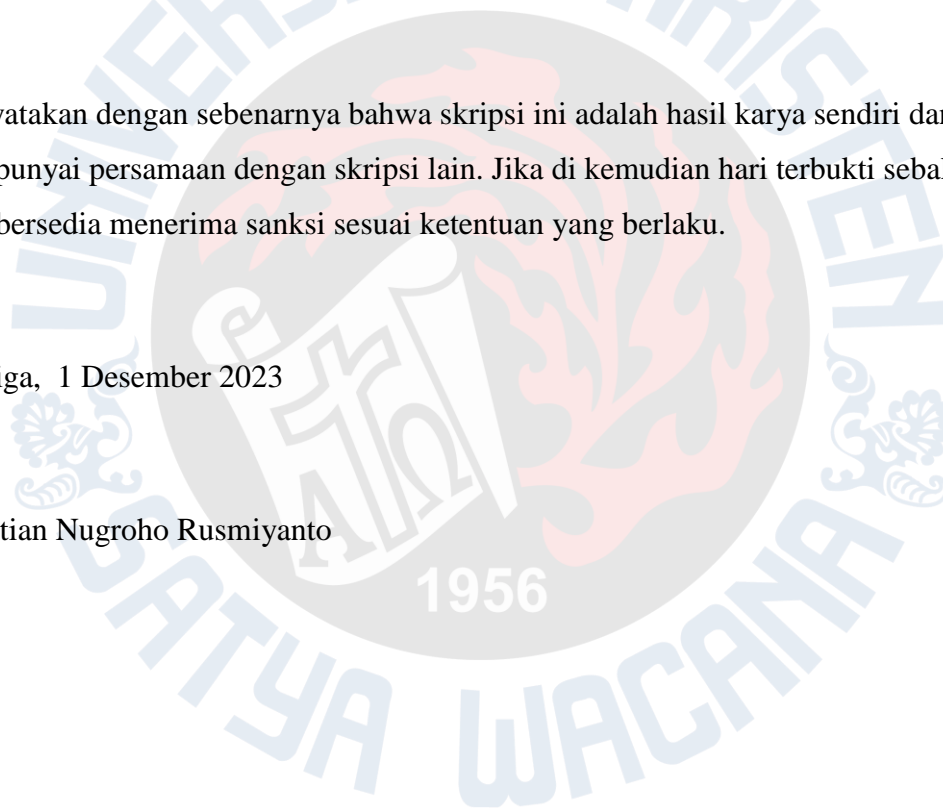
NIM : 312019181

Judul Skripsi : Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen
Akibat Pengaruh Iklan Menyesatkan Media Sosial

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan tidak mempunyai persamaan dengan skripsi lain. Jika di kemudian hari terbukti sebaliknya, saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Salatiga, 1 Desember 2023

Christian Nugroho Rusmiyanto



Daftar Peraturan (*List of Statues*)

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan

Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam
Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang

Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant)

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce)

Etika Pariwara Indonesia



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat pengaruh iklan menyesatkan media sosial. Iklan pelaku usaha disebut sebagai iklan menyesatkan apabila informasi dan janji-janji yang disampaikan tidak terbukti kebenarannya. Pihak yang terlibat dalam pembuatan iklan ternyata tidak hanya pelaku usaha melainkan ada perusahaan iklan dan media. Dimana ketiga pihak yang terlibat memiliki tanggung jawab yang berbeda. Jenis penelitian yang digunakan ialah hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab atas wanprestasi atau perbuatan melawan hukum, bergantung pada ada tidaknya perjanjian (2) Perusahaan iklan yang terlibat juga bertanggung jawab atas wanprestasi dan/atau perbuatan melawan hukum. (3) Media bertanggungjawab dengan cara menindaklanjuti aduan konsumen dengan cara menghapus dan/atau memblokir iklan menyesatkan.

Kata kunci : pelaku usaha, iklan menyesatkan, media sosial