

# TANGGUNG JAWAB *CONTENT CREATOR* TERHADAP KESALAHAN INFORMASI DALAM *ENDORSEMENT* DI MEDIA SOSIAL

**Debora Wibi Florency**

Fakultas Hukum

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jalan Semolowaru Nomor 45, Surabaya 60118, Indonesia

[florencyd6@gmail.com](mailto:florencyd6@gmail.com)

## **Abstrak**

Negara Indonesia ialah negara hukum, maka semua aspek di negara ini harus berpedoman pada norma-norma yang telah ditetapkan oleh negara kita sendiri. Undang-undang yang mengatur mengenai konsumen yang dimana konsumen mempunyai hak untuk menerima informasi yang benar atau sesuai mengenai suatu barang tawarkan. Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat ini munculah teknologi yang namanya internet, dimana semua informasi dapat kita temukan dalam internet. Dalam internet terdapat yang namanya media sosial yang berfungsi sebagai media komunikasi dan media informasi seperti : facebook, youtube, twitter, instagram , tiktok, dan lainnya. Didalam media sosial tersebut terdapat content creator yang membuat konten didalam media sosial tersebut dengan tentunya mempunyai pengikut/penggemar yang banyak, hal ini membuka peluang dalam kegiatan ekonomi dimedia sosial yaitu content creator membuka jasa endorsement (mempromosikan barang/jasa dari pelaku usaha) diperuntukan pada minat ataupun penjaminan, diberikan dalam endorsement, kemungkinan merasa dirugi, sayangnya belum ada aturan jelas mengenai hal ini. Metode yang dipergunakan yaitu normatif, kemudian dari aturan yang berlaku di samakan dengan yang terkhusus mengatur tentang media social serta diperlukan untuk diawasi, pengurangan yang menjadi ketidakbenaran.

**Kata Kunci : endorsement, content creator, , Undang-Undang perlindungan konsumen.**

## Abstract

Indonesia is a state of law, so all aspects of this country must be guided by the norms that have been set by our own country. The law regulates that consumers are entitled to receive correct information about a product offered by business actors. With the development of this increasingly rapid era, a technology called the internet has emerged, where all information can be found on the internet. On the internet there is what is called social media which functions as a medium of communication and information media such as: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok, and others. In this social media, there are content creators who create content on social media, of course they have many followers/fans, this opens up opportunities for economic activities on social media, namely content creators who open endorsement services (promoting goods/services from business actors) to attract consumer. However, there is no guarantee that the information provided in the endorsement is correct, so it is possible that the goods received by consumers are not in accordance with the promotions carried out by content creators so that consumers feel disadvantaged, unfortunately there are no clear rules regarding this. This research method uses a normative method, examining the ideas underlying the endorsement system carried out by content creators on social media based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Law of the Republic of Indonesia Number 19 of 2008 concerning Amendments to Law Number 11 2008 concerning Information and Electronic Transactions. This research shows that content creators who endorse can be equated with advertising business actors, so there is a need for special rules that regulate advertising / endorse in social media, supervision is also needed so that content creators or endorsers have a sense of responsibility for the information they provide. give it in endorsements on social media, so that it can reduce endorsements that contain incorrect and misleading information on social media.

**Keyword : endorsement, content creator, law of consumer protection.**

## Latar Belakang Masalah

Globalisasi kini mempunyai suatu pandangan yang baru mengenai “ dunia tanpa batas yang sekarang ini sudah bisa kita rasakan atau kita nikmati. Salah satu aspek kehidupan yang perubahan dan perkembangannya paling dapat dirasakan ialah yang menjadi penghubung diterapkan pada kita sehari-hari. Kemudian dengan beberapa hal lainnya.<sup>1</sup>

Keadaan ekonomi global serta kemudian ke arah dagang yang bebas usaha pertahanan pelanggannya menjadi yang didambakan. Daya saing semakin dikedatkan dengan memberikan ataupun berdampak tidak baik pada pembeli yang umum. Acuanannya dengan tujuan pemasaran global, ataupun dengan yang memengaruhi dari perlindungan yang ada, krusial dari hak dan sifatnya umum dan jelas. Globalisasi ialah meluasnya pemasarannya, beralaskan dari daya saing dengan berdampak pada hal yang ada, melindungi konsumennya yaitu dari gejalanya yang ada dan perdagangan yang sifatnya bebas.

dengan fenomena yang terjadi sekarang ini mengenai keberadaan suatu internet, dimana sejak awal munculnya internet, sudah terjadi suatu perubahan dalam komunikasi massa yang sangat besar didalam. Media massa yang lama seperti: radio, surat kabar, dan televisi (tv) sudah bukan merupakan satu-satunya sumber untuk mendapatkan informasi lagi.

---

<sup>1</sup> Danrivanto Budhijanto, Hukum Telekomunikasi, Penyiaran dan Teknologi Informasi Regulasi dan Konvergensi, Bandung: Refika Aditama, 2013, hlm. 1.

Dimana segala kegiatan dalam Teknologi informasi dan komunikasi diatur pada “Undang-Undang Republik Indonesia NO 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang NO 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.”

Teknologi informasi dan komunikasi melingkupi sistem yang dimana mengumpulkan, memproses, menyimpan, memproduksi juga mengirimkan informasi dari dan ke industri dan juga masyarakat dengan cepat dan efektif.<sup>2</sup>

Dalam era globalisasi ini, hampir semuanya dengan mudah di akses secara digital. Semua orang sudah beramai-ramai menggunakan media digital karna merasa sangat praktis atau gampang untuk digunakan, dengan pandangan seperti itu dapat sangat berpengaruh didalam dunia bisnis, dimana banyak sekali orang yang lebih memilih menggunakan media digital untuk melakukan kegiatan jual-beli, biasanya disebut bisnis online atau *electronik commerce (e-commerce)* dengan target konsumen *online*.

Setiap orangnya dari beberapa fasenya sendiri ataupun pengelompokan pada kondisi ini pembeli suatu barang ataupun pelayanan, dengan kondisi yang umum terkait hal yang lemah ataupun yang diperlukan. Terus memperhatikan ataupun yang menjadi pembanding, bahasan untuk melindungi aktuan serta yang krusial untuk kajian ulangnya.

Dengan adanya kemajuan teknologi pada masa kini, sudah dengan perolehan yang tersebar dengan berdampak pada pemasaran yang ada. Didalam kegiatan perekonomian, lalu lintasnya tak hanya dengan berurusan dengan pembeli, konsumsi barang hingga barang berupa jasa atau barang dan beberapa hal lainnya.

Defenisinya dari Pasal 1 dan memuat unsur-unsur yaitu:

1. Perorangan atau badan komersial (badan hukum atau bukan)
2. Melaksanakan kegiatan di Indonesia
3. Sendiri atau bersama
4. Memiliki kesepakatan
5. Pelaksanaan kegiatan usaha
6. Bidang ekonomi

Selain pada teknologi dan media yang selalu berkembang dari masa ke masa, juga berkembang pula didalam dunia promosi atau pemasaran. 3.0 dan pemasaran digital. Metode pemasaran ini juga menggabungkan interaksi online dan offline. Pesatnya perkembangan teknologi digital membutuhkan koneksi mesin-ke-mesin. Machine-to-machine harus mampu menjalin hubungan antar manusia, dengan berkembangnya teknologi.

Dalam pemasaran tradisional, perusahaan biasanya mengiklankan produk atau jasa melalui media iklan, dengan harapan konsumen akan langsung membeli setelah melihat iklan tersebut, sehingga konsumen kebal terhadap promosi produk. Yang dimaksud dengan promosi adalah Pasal 1 Ayat 6 UU Perlindungan Konsumen, yang memperkenalkan atau menyebarkan informasi tentang barang/jasa yang sedang atau akan diperdagangkan. Oleh karena itu, perusahaan didorong untuk membentuk kegiatan promosi yang benar dengan tidak menggunakan iklan umum, tetapi lebih memilih menggunakan pemasaran konten. Content marketing atau biasa disebut content marketing

---

<sup>2</sup> Ibid.

adalah metode pemasaran yang melibatkan pembuatan, pemilihan, pembagian, dan perluasan konten yang menarik, relevan, dan bermanfaat bagi audiens yang membuat konten tersebut. Pemasaran konten telah menjadi bentuk periklanan baru, dan #hashtag yang digunakan untuk distribusi konten melalui media sosial mirip dengan slogan tradisional.<sup>3</sup> Berbicara tentang content marketing, tentunya peran content creator sangat dibutuhkan saat memasarkan produk atau jasa melalui media sosial. Pembuat konten merupakan yang membuat konten contohnya dari Youtube, Instagram, WordPress, dan Blogger. Namun sayangnya dengan menarik perhatian konsumen, didalam mempromosikan produk melalui content creator masih saja ada pelaku usaha dan content creator yang nakal dengan memberikan informasi salah atau informasi yang tidak benar mengenai sebuah produk . dengan begitu menimbulkan dampak kerugian dirasakan konsumen pada saat membeli suatu produk tidak sesuai dengan iklan yang ditayangkan, namun yang jadi permasalahannya adalah apakah content creator dapat disalahkan atas kerugian konsumen atau hanya pelaku usaha yg menjual produk tersebut?

Penyelesaian permasalahan terkait dibutuhkan untuk mencari jalan keluarnya, yang menjadi syaratnya ataupun pemenuhan. Kemudian pelaksanaan pemegangnya dari yang memerlukan dan tergantung satu dan lain hal, korelasi terus dan memiliki kesinambungan dari beberapa hal yang ditawarkan, ialah yang bedampak dari mereka dari penawarannya, dengan pendistribusian yang ada ataupun merangkai apa yang dilakukan. Dibutuhkan untuk pengaturan perlindungan konsumen beralaskan regulasi yang terkait diantaranya.

Dalam perkembangannya, kegiatan/aktivitas periklanandengan cara *endorsement* justru menciptakan banyak sekali masalah seperti pada kasus first travel, kosmetik ilegal derma skin care (DSC), kasus investasi bodong *Me Miles* bidang digital advenrtising, dan kasus jasa perjalanan wisata dimana merupakan suatu modus kejahatan pembobolan kartu kredit atau disebut *carding* dengan dibungkus oleh modus bisnis tiket. Berbagai masalah ini membuat rugi konsumen, dan berakibatnya adanya rasa ketidakadilan bagi konsumen, lantaran dengan hal yang mendasar mengetahui produk & memiliki cita-cita buat mengkonsumsi atau membeli lantaran adanya iming-iming dalam periklanan, dimana dilakukan oleh pihak endorser atau content creator yang mengenal atau mengiklankan produk itu. Kebutuhan konsumen agar menerima kabar yg benar atau real mengenai sebuah produk amat sangat krusial sekali, apalagi didalam termin pra-transaksi konsumen. Hal inipun didasari lantaran menggunakan adanya ketersediaan kabar tadi, konsumen lebih gampang buat berhati-hati didalam memakai dana yang didapat atau juga dimiliki buat membeli suatu produk yg sinkron menggunakan kebutuhannya. apabila konsumen menerima kabar yang keliru atau tidak benar dalam endorsement, maka konsumen akan keliru pula didalam menjatuhhkan ataupun memutuskan pilihannya, sebagai akibatnya bisa mengakibatkan kerugian buat konsumen itu sendiri<sup>4</sup>

Namun hingga saat ini, tidak ada atau tidak adanya hal yang mendasar ataupun propaganda kenyataan, dengan situasi yang ada kemudian menarik judulnya **“TANGGUNG JAWAB CONTENT CREATOR TERHADAP KESALAHAN INFORMASI DALAM EDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL”**

---

<sup>3</sup> Philip Kotler, Marketing 4.0 : Moving From Traditional to Digital, Willey, 2008, h.121

<sup>4</sup> Dedi Harianto, Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 5

## Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab *content creator* atas kesalahan informasi dalam *endorsement* yang diberikan di media sosial menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang NO 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap korban atas kesalahan informasi yang diberikan oleh *content creator* dalam *endorsement* di media sosial?

## Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu, merupakan "jenis penelitian hukum normatif (*normative legal research* fokus kajian kepada kekosongan norma.). Penelitian Hukum Normatif atau penelitian kepustakaan supaya memahami/mengerti dimana adanya hubungan antar ilmu hukum dan hukum positif, sehingga diperlukan suatu telaah pada unsur-unsur hukum atau "*gegevens van het recht*".<sup>5</sup> Kemudian mempergunakan telaah dari aturan yang telah mengatur dan dikaji menjadi dasar.

## Pembahasan

### Tanggung jawab content creator atas kesalahan informasi dalam endorsement yang di berikan di media sosial menurut UU ITE

Dalam kehidupan sosial manusia pada zaman sekarang ini, tidak akan pernah terlepas dengan media sosial, yang dimana sudah jadi suatu yang sangat mengikat dalam aktifitas/kegiatan sehari-hari masyarakat. Bahkan kita tidak juga dapat untuk pungkiri bahwasannya pengetahuan juga informasi mengenai hal yang ada didekat kita dan dibelahan dunia dimanapun dengan sangat mudahnya dapat kita akses didalam media sosial itu sendiri, seperti yang ada pada instagram, facebook, youtube, twitter, tiktok, dan lain-lain.

Didalam media sosialpun terdapat yang namanya content creator, *Content creator* ialah untuk dimana dari penggabungan ataupun media sosial lainnya.

Tema yang dipilih oleh para pembuat konten juga sangat beragam, mulai dari fashion, kecantikan, memasak hingga video blog harian. Keberadaan profesi content creator tidak terlepas dari kemajuan teknologi. Secara khusus, semakin terbuka informasi, semakin besar peluang untuk menjadi pembuat konten, yang penting adalah niat. Padahal 1 Konsumen merupakan yang memakai barangnya ataupun pelayanan dengan kesediaan dan kepentingan yang ada, dari apa yang menjadi perdagangan tersebut.

Pelakunya dengan hal yang umumnya ialah orang ataupun badan hukum dari perolehan barang tersebut, produksi yang ada ataupun apa yang diperlukan, dengan melindungi pembeli yang terlihat dari upaya ataupun melawannya, memiliki pemaknaan yang tidak sedikit dan menyalurkan hal-hal yang ada. Kemudian setiap orangnya dari wujud ataupun bentuk lain pendirian kedudukan tersebut, melaksanakan kegiatannya dengan baik ataupun dari apa yang

---

<sup>5</sup> Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Raja Grafindo, Depok, 2015, h.14

diperjanjikan. Kemudian diambil garis besarnya jika maksudnya ialah orang yang membentuk dengan kedudukan yang ada melaksanakan aktivitas dengan kesamaan penyelenggaraan penyedia pelayanan ataupun dagang tersebut.

Perlindungan konsumen merupakan keseluruhan penjaminan dengan kepastian hukumnya, melindungi beralaskan asas dan perolehan yang ada. Memaparkan jika hal tersebut yang seimbang, dengan keselamatan yang ada, memaparkan dengan lima asas terkait dengan kemanfaatan, menjadi amanat untuk menyelenggaraan dengan kepentingan yang ada. Hal tersebut diharuskan adil, dengan keseluruhan hal yang ada dan perwujudannya, adanya peluang pembeli dengan perolehan yang menjadi semestinya miliknya ataupun yang diwajibkan. Keseimbangan, dengan maksud pemberia upaya nya yang sifatnya materil ataupun spirituil. Kemudian selanjutnya dengan penjaminan pemakaian yang ada, dengan konsumsi yang dipergunakan. Pemberian penjaminan dari pemakaian ataupun apa ayang akan menjadi manfaat, kemudian dengan penjaminan kepastian regulasi yang ada.

Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang serba digital ini, media sosial memberikan banyak sekali keuntungan bagi manusia, ialah salah satunya semacam menemukan pemasukan dengan metode pengenalan dengan maksud yang ada. Trend endorse sendiri umumnya dicoba oleh para content creator berbentuk selebgram, artis, apalagi youtuber dengan metode membagikan testimoni serta pula ajakan kepada viewers ataupun penontonnya lewat media sosial buat memakai dan membeli barang atau jasa tersebut.<sup>6</sup>

Pengaruh content creator dalam periklanan / advertising adalah memberikan sesuatu yang berbeda dan tentunya kreatif dalam membantu perusahaan yang membutuhkan jasa periklanan seperti ini. Adapun alasannya mengapa memakai content creator:

- 1) Memudahkan promosi suatu produk dengan konten yang menarik dan berkualitas
- 2) Kemampuan dari sebuah organisasi dengan karya yang dibuat
- 3) Membantu dalam membuat konten sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan, Melalui konten yang dibuat, perusahaan dapat dipercaya oleh pelanggan.
- 4) Dapat memudahkan untuk melakukan proses target pasar. Jadi mudah untuk mencapai tujuan dalam pemasaran karena pembuatan konten yang sesuai dengan perencanaan yang tepat.
- 5) Membantu konten yang dibuat perusahaan akan lebih mudah dikenal dan ditemukan. Tentunya ada banyak strategi pemasaran atau promosi yang digunakan dalam periklanan, salah satunya adalah endorsement/ review dari content creator. Endorse yang berasal dari kata endorsement artinya yaitu sebuah tindakan/perbuatan mendukung (support) ataupun setuju terhadap sesuatu. Endorsement yang dilakukan dari content creator dapat menarik minat pengikut mereka untuk membeli suatu produk yang di promosikan oleh si content creator yang berasal dari online shop. Ini

---

<sup>6</sup> DI-advokat, Meng-endorse produk Barang, Jasa Dan Hal Lainnya Yang Ilegal Bisa Jadi Tersangka, <https://www.dl-advokat.com/2020/01/meng-endorse-produk-barang-jasa-dan-hal.html?m=1>, diakses pada tanggal 16 mei 2021, pukul 22.02 WIB

salah satu dari bentuk promosi dilakukan oleh online shop untuk menarik konsumen yang baru.

Hal umum dikenal dengan empat hak yang mendasar yaitu untuk perolehan rasa aman, dari informasinya ataupun untuk pemilihan dan merasa didengarkan. Kemudian hak yang menjadi perlindungan selaras dari apa yang diperjanjikan pengaturannya dari regulasi lainnya.

Hal yang umum dari apa yang menjadi larangan pelaku usahanya mulanya dengan penyampaian dari ketentuan-ketentuan yang menjadi hal yang umum, aktivitas upaya pelaksanaan produksinya ataupun dagang dari barang ataupun pelayanan. Pemenuhan ataupun yang tidak selaras dengan standarisasi, menentukan regulasi yang ada. Tak selaras dengan berat bersih, isi ataupun penjumlahan untuk perhitungannya, dari tolak ukur yang semestinya. Dari keadaan ataupun penjaminan label, etiketnya ataupun pemaparan produknya. Keadaan penjaminan ataupun yang istimewa, yang manjur dari yang menjadi pernyataan pelayanan terkait. Tidak selaras dengan apa yang diperjanjikan, etiketnya ataupun produk terkait. Kemudian yang menjadi pernyataan iklan, pengenalan ataupun dijual dari pelayanan terkait. Pencantuman tanggalnya ataupun yang dimanfaatkan dari sebuah produk. Tidak ikut pada hal-hal yang sifatnya tidak legal. Pemasangan label apa yang dipaparkan dengan pelaku usahanya, pemaparan pemakaiannya ataupun pemasangannya.

Namun pasti ada saja penyimpangan yang dilakukan content creator dalam mengendors sebuah produk atau jasa yaitu, dengan memberikan informasi salah dengan mempromosikan barang atau jasa yang ilegal. **Illegal berarti hal yang tidak sah atau tidak benar secara hukum.**

Dalam perkembangannya, aktivitas periklanan lewat endorsement ini banyak memunculkan permasalahan semacam yang terjalin pada permasalahan first travel, kosmetik ilegal derma skin care (DSC), permasalahan investasi bodong MeMiles bidang digital advertising, serta permasalahan jasa ekspedisi wisata yang ialah modus kejahatan perbobolan kartu kredit ataupun carding lewat modus bisnis tiket. Kasus-kasus tersebut jelas merugikan konsumen sehingga memunculkan rasa ketidakadilan di dalamnya.

Pada kasus tersebut para endorser tidak memberikan pertanggungjawaban karena belum adanya aturan yang jelas mengenai ini. Dimana influencer merupakan pihak yang sangat penting didalam memperkenalkan suatu produk dari pelaku usaha kepada konsumen, para konsumen membeli produk tersebut karena tergiur dari content creator/ endorses yang mengiklankan produk barang atau jasa dengan memberikan promosi positif, namun nyatanya tidak sesuai dengan informasi yang diberikan. Konsumen tidak bisa memohon tanggungan.<sup>7</sup>

Contoh dari perbuatan ilegal tersebut dengan begitu ialah perbuatan melawan hukum. Jadi meng- endorse produk benda, jasa, serta perihal Yang lain yang ilegal dapat jadi terdakwa. Jerat hukum yang dikenakan dengan yang sudah diatur pada KUHP.

---

<sup>7</sup> Dedi Harianto, Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 5

Jika pelakunya untuk mengupayakan hal tersebut, dengan hal yang merugikan dari konsumsi sebuah produk ataupun pelayanan dengan dijual ataupun dibeli maka mereka memiliki tanggungan untuk mengganti produknya, dengan merawat ataupun menyantunkan dari aturan yang terkait, ganti kerugian dan pelaksanaannya selama satu minggu. Kemudian pelaku usaha iklan ini juga memiliki tanggungan dari Iklan ataupun hal-hal yang berdampak diantaranya.

Pembuktian yang sebenarnya tidak melakukan pengedaran, membebaskan tanggungan ataupun yang menjadi penderitaan pembelinya. Kemudian barang terkait dengan pembuktian yang sebenarnya, menjadi maksud untuk mengedarkan, jika cacat yang muncul kedepannya ataupun dengan taat pada regulasi ataupun kualifikasi barangnya. Lalai yang berdampak pada pembeli, kemudian dengan lewat waktunya ataupun pembelian yang diperjanjikan.

Pernyataan mengalihkan, dengan mereka yang memiliki hak dan penolakan pembelian. Pernyataan dengan pembayaran dari barang ataupun pelayanan oleh pembeli. Pernyataan kuasa dengan penindakan berlangsung dari penindakan yang ada ataupun pengangsurannya. Pemberian haknya, dengan pengurangan kemanfaatan pembeli, hak dari mereka dari apa yang menjadi kekayaan dengan kemanfaatan yang ada dari obyek. Penundukan dari aturan dengan pembaruan ataupun pernyataan pelayanan yang ada. Pembeli dan kuasa dan penjaminan pembeliannya.

Kemudian pelakunya dengan pelanggaran pencantuman klausula yang ada, pembentukan dengan pembacaan yang jelas dari apa yang dipaparkan. Melanggar ketentuan yang ada dengan pernyataan dibatalkan dari mereka, diwajibkan untuk kesesuaian yang ada dalam UUPK dengan standarisasinya dengan menjanjikan pencantuman tersebut. Pelarangan dan membentuk regulasi terkait.

Kedudukannya di ibu kota, dengan memiliki pemberian untuk menyarankan ataupun yang dipertimbangkan dari usaha perkembangannya. Pemberian yang menjadi acuan dengan kegunaan menyusun dan melindungi pembelinya, pengkajian ini dengan melindungi tersebut, dari regulasi yang terkait dan untuk keselamatan, dorongan perlindungan yang ada dengan pihak-pihak terkait, melindungi ataupun yang menjadi keperluan pembelinya.

Hal yang mendasar dengan kehendaknya ataupun persengketaan dengan pembeli yang terjadi dengan berdampak pada kerugiannya dengan sengkera yang baik dengan hal-hal tersebut bisa dihindarkan dan pemahaman yang ada untuk kepengurusan tersebut. Terkait yang melanggar tersebut juga merupakan yang menjadi aspek dikarenakan hal tersebut dipergunakan dengan beberapa hal yang cakupannya ada. Kemudian yang menjadi perselisihannya dengan penyediaan barang pembeli dan korelasi hukumnya tentang sebuah barang yang ditentukan. Terkait pemberian tersebut, aturannya dengan obyek pembeli dan pembatasan yang terkait dengan pelayanan yang sifatnya umum dan komersilnya.

Pasal 23 UUPK memaparkan jika pelaku usahanya dengan pendistribusiannya untuk melakukan penolakan dengan apa yang dilakukan, pemenuhan ganti kerugian, penyelesaian yang menjadi sengketanya, penugasan dengan penyelesaian dengan yang diadilin dari hal yang umum.

Kemudian, dengan keadaan tersebut, pengelompokan dari barangnya ataupun pelayanannya memiliki korelasi yang muncul ataupun dari korelasi permasalahan yang



didasarkan untuk melindungi terkait dengan kualitas ataupun acuan dan lainnya, kemudian melindungi pencapaian dengan keberlangsungan yang ada, peningkatan dari dorongan upaya pemenuhan tanggungan yang dimaksud. Kemudian konsumen juga melakukan yang menjadi transaksi hukum dan pelaksanaannya yaitu: melindungi hukum pembeli dengan pelaksanaan yang ada, kemudian dari aturan yang terkait perolehan dengan pembatasan ketentuan dan aturan pembelinya. Melindungi secara hukum dengan yang menjadi harapan dan kehati-hatian. Kemudian dengan jalur hukum lainnya dengan membrdakan pelaku dan pembeli yang menjadi sebab yang menguntungkan pembeli, melindungi pembeli dan yang menjadi harapan kedudukan yang ada pelaku usahanya. Kemudian hal tersebut diperlukan untuk pembangunan nasional, demokrasi ataupun dukungan lainnya, untuk mensejahterakan, dengan perolehan kepastian hukum, berdampak pada beberapa hal lain dengan pasar nasional serta penajmian meningkatkan kepastian serta peduli dengan hal hal lain dengan tumbuh kembang dan tanggungan yang ada.

Akan tetapi dalam kenyataan masalah tersebut yaitu kaitannya dengan struktur, substansi ataupun yang menjadi garis besarnya dengan tingkat daya sadar pembeli dengan berhadapan pada pasar dan lemahnya untuk mengawasi barang, undang-undang dan anggapan melindungi dan memunculkan kerugiannya. Kemudian penyelesaian masalah tersebut dibutuhkan dengan yang menjadi syarat dan yang di anugerahkan penempuhan yang ada dan hal hal lainnya yang mendasar dari yang menjadi prinsip kesamaan yang diperlukan, terkait dan singkatnya waktu dan keseimbangannya.

Perumusannya dengan pembangunan yang ada, yang utuh dan menjadi dasar regulasi yang terkait diantaranya yang dimaksud tersebut. Melakukan perubahan dengan perhatian pada hal yang dipentingkan dnegan perlindungan yang menjadi maksud pelakunya, dorongan iklim dengan sebuah organisasi berhadapan dengan daya saing dan pelayanan yang memiliki mutu. Penegakan yang sebenarnya dengan pemberian penghukuman dengan yang muncul melaksanakannya. Pembentukan hukum dengan respon permasalahan yang ada dan masuk dalam masyarakat.

Krusialnya untuk melindungi regulasi yang ada dengan pengaturan dan pencegahan yang muncul dengan kebaikan dan kesamaan dari kondisi yang ada dan ketentuan dan barangnya ataupun pelayanannya, dengan perolehan hal yang aman, perolehan hal pemilihan untuk didengarkan, dari apa yang diperlukan dan berdasar. Kemudian pembangunan yang ada dengan kemampuan perolehan dan mensejahterakan perolehan yang pasti dari pelayanan yang ada, berdampak pada konsumennya. Kemudian pasarnya dengan berdampak dari proses yang ada, penjaminan dengan kemakmuran masyarakatnya, penjaminan dan harkat serta martabatnya, melindungi yang dibutuhkan dan tumbuh kembang yang ada, penyikapan dan tanggungan dengan terangkatnya harkat martabatnya dengan menghindari yang menjadi media dan pelayanan yang ada, hukum dan tentang krusialnya mutu dan keberlangsungan keamanannya dan pembelinya .

Memunculkan yang menjadi masalah dengan yang memengaruhi hal-hal dengan kebiasaan yang ada, tingkatan dengan berhadapan pada regulasi yang ada, dengan pembebasan dari pembeli dan menyentuhnya dari berhadapan pada pasar, dengan standar yang ada dan regulasi tersebut melindungi ataupun memunculkan hal yang merugikan di antaranya yaitu adalah hal yang terkait dengan yang dimaksudkan .

Hal yang memungkinkan dengan keadaan dan pengaturan seimbang perhatian dengan kepentingan yang sebenarnya. Pembentukan dengan akomodir permasalahan kaitannya

melindungi hukumnya dengan kepastiannya kepastian melindungi yang dimaksud. Diharuskan dengan kebenaran dan pemberian hukum yang muncul dan berefek melaksanakan yang menjadi pelanggarannya .

Berkembangnya dengan media yang ada, menjadi konflik dengan hal yang umum dan mendasar menjadi sebab dugaan sebelumnya, keberagaman yang muncul dengan persengketaan yang ada. Barang yang tidak sesuai dengan standarisasi dengan tentang pemakaian barang ataupun pelayanan dengan apa yang akan didagangkan, mempergunakan ataupun dengan pemanfaatan yang menjadi kepentingannya. Pembeli dengan yang memerankan dan ataupun yang membedakan dengan penggunaannya, dengan pembagian hukum yang ada, untuk melindungi asas ataupun pengaturan yang dipunyai untuk melindunginya.

Pembentukan usaha dengan penjaminan kepastian hukum transaksi dan acuan upaya peningkatan kualitas, tentang penawaran dengan hal yang baik, kejelasan dan kejujuran dan pemberian penggunaan dan memperbaikinya. Kemudian perlakuan dan pelayanan dengan kebenaran dan kejujuran yang ada dengan semestinya. Penjaminan mutu barangnya ataupun pelayanannya dengan yang menjadi transaksi dengan perolehan pembeliannya dengan kerugiannya dengan pengaurannya dengan mempunyai hal yang ada. Indikasinya, dengan usaha penjaminan saat yang menjadi pengacuan upaya dan peningkatan mutu dari barangnya.

Hal yang diwajibkan dengan pemenuhan upaya dan penawaran barang yaitu: mempunyai maksud yang baik dengan kejujuran dan keadaan penjaminan barang dan yang jelas untuk memperbaiki dari barang tersebut, pemberlakuan dan pelayanan yang ada, penjaminan mutu barang beralaskan dari standarisasi dan memperbolehkan dengan standarisasi yang ada, pembeli dan pengujian percobaan garansinya ataupun yang akan diperjuangkan , ganti kerugian dengan pemakaiannya atau dari beberapa hal yang ada. Kompensasi tersebut dengan pelayanan dan pemanfaatan yang menjadi penawarannya.

Beragam hal yang diwajibkan dengan pemenuhan penawaran dan penjualan barang yaitu: mempunyai hal yang baik untuk menyelesaikan upayanya, pemberian fakta yang sebenarnya dengan keadaan dan penjaminan dari barang dan jasa yang menjadi pemaparan sebuah barang. Tidak ada yang dibedakan dengan pemberlakuan pembeli dan kebenaran. Pemberian penjaminan dengan pelayanan dari pembelinya, ataupun dengan boleh dan kejujuran garansinya atas barang ataupun apa yang dimanfaatkan. Pemberian gantikerugian dengan pelayanan dan penerimaannya yang menjadi penawaran. Hal yang mendasar dan yang timbul dari anggapan tersebut, yaitu dengan pemberian dari para pihak dan contohnya bisa dibalik. Kemudian yang terpokok pada pihak pencantuman yang dijanjikan, dengan anggapan yang dijanjikan ataupun yang menjadi isi yang diperjanjikannya.

Melaksanakan transaksi yang ada dan pemanfaatan untuk membayar dan muncul dengan melanggar dengan penjualan dan kategori perlawanan regulasi ya ada. Pemberlakuan pelaksanaan dengan kontrol sosialnya yang selaras ataupun yang efektif, dibutuhkan dengan yang menjadi maksudnya. Kemudian kerangkanya dengan ketahanan dan batasan yang sifatnya menyeluruh. Kemudian lembaga perolehan sistem yang terkait dengan kegunaan pekerjaan ataupun yang menjadi sistemnya. Pengaturan serta hal-hal yang menyikapi sistem dengan barang perolehan dan kedudukan yang diputuskan dari pengaturan dan substansi yang tersedia .

Cakupan haknya dengan informasi sebuah barang dengan penjualan ataupun pembelian dengan yang memengaruhi pola pemerintahannya, dengan sikap dari regulasi yang terkait, memperhatikan undang-undang melindungi pembeli, ccakupan hukumnya ataupun adat dari apa yang dibiasakan, pelaku usaha dan pemasaran, penerimaan dan pembelian onlinenya. Kemudian juga mempergunakan penelitian hukum dengan tujuan perolehan yang diketahui dari aturan dan apa yang diterapkan, kemudian yang menjadi alasan ataupun terobjek diantaranya . kemudian pelaksanaannya dengan melindungi hukum dari instnasi dengan konsumen terkait yang sifatnya virtual, tentang pernyataan penawaran dan disediakan dari persyaratan kontraknya. Kemudian dengan bahasan melindungi pembelinya, koodinator yangt ersedia dan pendiriannya, dnegan maksud masyarakat dan pembelian yang banyaknya dengan yang wajib dan penempuhan kasusnya. Kemudan melaksanakan pasal demi pasal dengan pemberian bantuan ataupun yang dikonsultasikan, dengan permasalahan pembeli dengan contoh pengadilan dan juga pendampingan yang diinginkan. Juga kerjasama dari sidang dan angket tentang korelasi konsumen ataupun yang menjadi masalah penyampaian nya .

Ataupun yang menjadi regulasi yang dimaksud melindungi, dengan pernyataan pembuktian dengan contoh yang membedakan dari apa yang menjadi penawaran dan dijual dengan kadaluarsanya, penindakan dan pelaksanaan dari masyarakat untuk melindungi dan mengadu dnegan yang melanggar, kemudian dnegan penindakan diperuntukan melaksanakan yang melindungi pembelinya, kemudian dengan didepankannya klarifikasi yang dulunya. Kemudian contoh lainya dengan meninjau bentuk pembaruan hukum tentang yang diperbolehkan ataupun agar tidak ada pencapaian dari apa yang menjadi keadilannya .

Lanjutannya tentang untuk melindungi oleh koordinatornya, dnegan jika pembeli nya dengan pemberiannya ataupun penyuratannya dengan hal yang melanggar ataupun untuk perlindungan yang memiliki kaitan dengan pemberian balasannya. Kemudian yang menjadi maksud dengan pemerintahan dengabn pembenaran dan pelaksanaan terkait dengabn regulasi tersebut, dari hal yang sebenarnya dan pelanggarannya terkhusus dengan yang menjadi respon merubah dengan melindungi undang-undang nya dengan pembeli dan melindunginya.

Subtansinya dengan pemberlakuan yang ada tersebut yaitu dengan melindungi dengan hal yang mendasar dan regulasi terkait, yang nyata dengan kebijakannya yang dimaksudkan untuk memanfaatkan dnegan transaksi yang ada, pembelian barangnya ataupun perlindungannya yang ada. Dengan hal yang terkhusus dengan bisnis ataupun merespon dari regulasi yang ada, kaitannya dengan hal yang menjadi keyakinan dengan pemanfaatan medianya. Kemudian subtansinya dengan pembeli dan yang mendasar dari UUPKnya. Kemudian pemberlakuannya dengan melindungi pembeli dengan memanfaatkan ataupun melindungi perundangannya.

Kemudian yang menjadi fakta nya yaitu regulasi terkait dengan yang menjadi contoh pemaparan warna nya ataupun saat barang nya akan datang dengan perasaan kecewa ataupun kerugian, dengan penanggungan dari pembeli, dengan pemanfaatan media dan pengaturan dan pemberian yang penuh dari pelaku usahanya.

Pembeli dan pengaturannya dengan garansi dari barang, contohnya yang menjadi maksud yang selaras dengan ketentuan dan pemahaman yang masih menjadi kemungkinan kedepannya dari pembeli yang merasa dirugikan kemudian pembeli dnegan terkhusus

memanfaatkan tentang masyarakat ataupun perolehan klasula bakunya, dengan pelarangan ataupun pengaduan dengan pembiarannya saja. Kemudian pemerintahan dengan mempounyai yang dibiasakan dengan pencatatan klausula nya dengan pelarangan pengaduannya dnegan pembiarannya saja. Dengan instansi pembuat kebijakannya dengan pengaduan yang ada dan pembiaran yang terkait. Kulturanya, dnegan kebiasaan dan melindungi kekurangan dan saat ini dengan kekurangan teknis dan melindungi pembeliny

Tentang hal tersebut menjadi sebab pelaporan hak pembelinya, dnegan penindakan nya dengan ke rugian nya dengan perlindungan nya dengan pemanfatan dengan transaksi nya, dengan menyuluhkan hal yang semestinya, pemberian hal yang sebenar nya dengan media yang ada. Kemudian instansi ini melakukan kebijakan terkait dengan pemanfaatan dan membentukna yang terkhusus dari pengaturan dan media yang sifatnya virtual. Kemudian kebijakan tersebut dari undang-undang terkai, dari yang memengaruhi dan kultur yang kurang ataupun tidak tentang pelaporan dan kerugian yang menjadi pemanfatan nya .

Instansinya dengan pembuatan dengan perlindungan pembeli dan kemanfaatan dnegan media ataupun transaksi yang terkait, penyuluhan dan pelaksanaan pembentukan dengan baik dari pembeli. Kemudian dengan media virtualnya. Hal yang menjadi struktur nya dengan pembagian dan pelepasan hak terkait yang menjadi syarat nya dan hal yang ter penting dan ter krusial diantara hal tersebut.

( KUHP), pula “Pasal 27 ayat 1, Pasal 27 ayat 2 serta Pasal 28 Ayat 1 Undang- Undang No 19 Tahun 2016 tentang Pergantian Atas Undang- Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik( UU ITE)”<sup>8</sup>

**Pasal 55 KUHP:**

- 1) “Dipidana sebagai pelaku tindak pidana:
  1. Mereka yang berbuat ataupun turut ikut terhadap perbuatan
  2. Orang yang memberikan atauun menjanjikan suatu hal hingga membuat tersesat
- 2) Anjuran dengan apa yang dibuatnya ataupun yang menjadi dampaknya

Selanjutnya **Pasal 27 ayat 1 , Pasal 27 ayat 2 dan Pasal 28 Ayat 1 UU ITE** tersebut berisi :

**Pasal 27 ayat 1**

Pada intinya, mereka yang dengan kesengajaan dengan mengakses informasi yang dipunyai.

**Pasal 27 ayat 2**

Orang dengan kesengajaan ataupun tidak memiliki hak, melakukan berita bohong dan sesat.

**Pasal 28 ayat 1**

Orang yang dengan kesengajaan dari hak dan apa yang mengaturnya.

---

<sup>8</sup> Menurut Hukum, Sanksi Pidana Bagi Pelaku Usaha Dan Peng-endorse Produk Barang, Jasa Dan Lainnya Yang Ilegal, <https://menuruthukum.com/2020/02/06/sanksi-pidana-bagi-pelaku-usaha-dan-peng-endorse-produk-barang-jasa-dan-lainnya-yang-ilegal/>, diakses pada tanggal 16 mei 2021, pukul 22.14 WIB

Ancaman pidana dalam pasal di atas tentu bukan main-main. Seperti halnya dari beberapa pasal dan beberapa undang-undang terkait.

## **perlindungan hukum terhadap korban atas kesalahan informasi yang diberikan oleh content creator dalam endorsment di media sosial**

### **1) Pengertian Perlindungan Konsumen**

Artinya dari aturan yang telah mengatur, ialah pembukaan mengenai barang ataupun jasa, serta pembinaan dengan kejujuran dan dibutuhkan perlindungan terkait dengan posisi tawar sektor pendidikan dan konsumen. Seringkali konsumennya dengan konsep yang ada.

Penjaminan aturan dengan hal yang ada untuk pribadi beralaskan dari regulasi yang terkait dan juga haknya. Beberapa hal yang telah ada.<sup>9</sup> Kepastian hukum dimana dengan tujuan penggugatan hak dan pemaparan yang ada.<sup>10</sup> daeri apa yang telah dipaparkan oleh masyarakatnya.

### **2) Asas-Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Beralaskan dari Pasal 2 dengan pemaparan: <sup>11</sup>

- a) Asas Manfaat dimana yaitu dengan amanat bahwasanya usaha didalam penyelenggaraan perlindungan ini dengan suatu kemanfaatan kepentingan;
- b) Asas Keadilan, dimana Asas ini bertujuan untuk partisipasinya dengan menyeluruh ataupun yang wajib;
- c) Asas Keseimbangan dimana bertujuan agar seimbang dengan beberapa hal yang terkait;
- d) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen dimana diperuntukan pada penjaminan ataupun memanfaatkan yang ada.
- e) Asas Kepastian Hukum dimana Asas ini untuk para pelaku usaha juga konsumen bisa taat hukum dan juga mendapatkan keadilan didalam pelaksanaan melindunginya.

Maksud yang mau menjadi pencapaian biasanya yaitu:<sup>12</sup>

- a. Pemberdayaan pembeli didalam melakukan pemilihan barang ataupun sesuai dengan apa yang diperlukan.;
- b. Perolehan sistem untuk melindungi dengan memastikan dari pasal terkait
- c. Penumbuhan rasa sadar dari mereka dari arti pentingnya tanggung jawabnya

Tujuan didalam melindungi dengan 3 pembagian yaitunya:

- 1) Peningkatan untuk sadar dan daya mampu perlindungannya;
- 2) Pengangkatan harkatnya, dengan pembeli dan penghindaran aksesnya;

---

<sup>9</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 2

<sup>10</sup> Happy Susanto, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan , Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 4

<sup>11</sup> Abdul Halim Barkatullah, Hak-Hak Konsumen, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm. 17-18

<sup>12</sup> Adrian Sutedi, Tanggung Jawab...Op.Cit., hlm. 8-9

- 3) Peningkatan untuk memberdayakan pembelinya untuk pemilihan dan penentuan hak pembeli;
- 4) Perolehan sistem untuk melindungi ataupun informasi media yang ada;
- 5) Penumbuhan rasa sadar pelaku usahanya, tentang krusialnya untuk melindungi dan tanggungannya;
- 6) Peningkatan mutu dengan pelayanan ataupun penjaminan yang ada dan menyelamatkan pembelinya

### 3) Landasan Yuridis Perlindungan Konsumen

Pada prinsipnya, ada beberapa aturan hukum dimana sudah mengatur tentang aturan tersebut kemudian juga diatur dari aturan lainnya, dari Pasal 4 dimana menentukan yang menjadi hak pembeli dimana tentang tersebut menjadi kenyamanan dan juga ganti kerugian.

Sedangkan dalam "Pasal 7 dijabarkan dengan jelas mengenai kewajiban pelaku usaha, yaitu :

- a. Beretika baik didalam melakukan suatu kegiatan usahanya;
- b. Pemberian sebuah informasi yang sebenarnya dengan kejelasan dan jujur mengenai pemakaian ataupun memperbaikinya;
- c. Melayani dan perlakuan pembeli dengan cara pembenaran ataupun kejujuran dan tidak ada yang dibedakan;
- d. Penjaminan sebuah kualitas barang ataupun pelayanan dengan beralaskan mengenai standarisasi mutu sebuah barangnya ataupun pelayanan yang menjadi pembelakuannya;
- e. Memberi peluang bagi para pihak dan penjaminan yang ada;
- f. Memberi ganti rugi dengan memakai, memanfaatkan ataupun perdagangan;
- g. Memberi kompensasi, ganti kerugian dan pemanfaatan yang ada.

Dan pada pasal 9 UUPK menyebutkan, bahwa dengan pemberian ganti kerugian dari pelayanan dan membayar dengan uang, mengganti dan merawat santunan dengan yang wajib dari barang ataupun yang telah diperjanjikan.

### 4) Perlindungan hukum terhadap informasi salah mengenai produk (produk berbahaya) dalam endorsement di media sosial

Dalam pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting, dimana menggunakan sistem transaksi jual dan beli yang diterapkan dalam sebuah perjanjian dalam "pasal 1312 KUH Perdata dengan pernyataan pada intinya dari membuat mana satu orang atau lebih dengan peningkatan yang ada.

Dalam Pasal ini memaparkan tentang pengertian perjanjian dengan cara sederhana dimana ada dua pihak yang saling mengikat diri.<sup>13</sup>

Transaksi yang ada dengan dagang mempunyai dua cara dengan menggunakan dagang ataupun dari Pasal 1 angka 2 dengan artian merupakan

<sup>13</sup> Ahmadi Miru dan Sakka Pati, Hukum...Op.Cit., hlm. 63

perbuatan hukum, memergunakan komputer ataupun yang lainnya, dengan kewenangan ataupun pengendalian yang diyakini sudah bersepakat diantaranya.

Jual dan beli masuk dalam perjanjian konsesuil , dimana apa yang diperjanjikan ataupun mempunyai kekuatan hukum dengan memperjuangkan dari mmasyarakatanya dengan pergerakan yang ada.<sup>14</sup> Transaksi elektronik yang menjadi tahap untuk membeli ataupun menjual dengan cara yang ada, penggunaan media dalam lingkup umum terkait dan yang krusial, melaksanakan ataupun menggunakan internet.<sup>15</sup>

Berhubung dari pembeli dengan perbaikan melindungi membuat pemenuhan yang ada. Hal yang utama dengan barang yang ada.<sup>16</sup> Hak dan juga yang wajib dnegan perlindungan hukum dari penjaminan dan didapatkan yang wajib, terkait sebuah keamanan dengan transaksi yang ada, telah dibayarkan ataupun mengabaikan hak konsumennya.

Hak konsumen sudah diatur dalam Pasal 4 UUPK yang menyatakan bahwa:

- a. Melakukan pemilihan barang ataupun pelayanan dengan penilaian tukar keadaan ataupun penjaminan yang menjadi janji dan beberapa hal terkait yang menjadi maksud yang menjadi kehendak nya yang ter masuk dan yang di perjanji kan di antaranya yaitu dengan beberap ahal yang termaksud;
- b. hak konsumen pemilihan barang ataupun pelayanan dengan keadaan yang diperjanjikan dan hal lain yang diperlukan dari aturan ;
- c. perolehan informasi dengan kebenaran dan kejujuran keadaan dan penjaminan maupun pelayanannya dan untuk melayani dengan pembenaran dan sbeenarnya yang seharusnya kemudian yang sebnarnya;
- d. agar didengar dengan apa yang dikeluhkannya ataupun dipergunakan ataupun yang menjadi pemanfaatan yangt erkait ;
- e. Perolehan advokasi dnegan melindungi ataupun usaha dalam menyelesaikan sengketa dari para pihaknya ataupun yang memiliki peran di atantaranya yaitu yang termaksud .
- f. Memperoleh pembinaannya dengan kependidikan yang ada dan telah menjadi sarana media yang dimaksudkan dnegan sebgaiamana semestinya dan seharusnya;
- g. Untuk memperoleh ganti kerugian dengan pelayanan yang ada dan menjadi persyaratan dan menjadi maksud yang terkait diantaranya dengan maksud yang telah ditentukan diantara hal tersebut dan termaktub di pasalnya;
- h. hak untuk perolehan kompensasi dengan penerimaan yang ada ataupun yang diperjanjikan ataupun pengaturan yang menjadi yang mum dan termaksud diantara hal tersebut dan terkait;

---

<sup>14</sup> Subekti, Hukum Perjanjian, Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 79

<sup>15</sup> Ahmad M.Ramli, "Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce", Jurnal Hukum Bisnis, Jakarta,2000, hlm. 14

<sup>16</sup> Abdul Halim, Barkatullah, Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Ecommerce Lintas Negara Di Indonesia, Naskah Publikasi Pasca Sarjana FH UII, Yogyakarta 2009, hlm. 27

- i. hak-hak yang sudah menjadi pengaturan regulasi terkait yang telah ada dan mejadi ketentuannya .

Dari bermacam hak diatas ada beberapa hak yang sering diabaikan/ disepelkan oleh para pelaku usaha, seperti hak agar mendapatkan informasi yang lengkap atau jelas tentang sebuah barang atau jasa yang dipesan oleh para konsumen dan juga hak didalam mendapatkan ganti rugi ketika suatu barang atau jasa yang dibeli konsumen tidak sesuai dan mengalami kerusakan. Biasanya pihak pelaku usaha bisa mengkesampingkan/ mengabaikan hak-hak konsumen dengan dicantumkan klausula baku. Pencantuman klausula baku telah diatur didalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yangdimana, Pelaku usaha didalam penawaran yang ada dan pencantumannya:

- a. Pernyataan untuk mengalihkan tanggungan tersebut yang dimaktubkan;
- b. Pernyataan untuk mempunyai hak penolakan ataupun penyerahannya yang dimaksudkan dan terkaitnya;
- c. Pernyataan mempunyai hak penolakan ataupun pembayaran konsumennya dengan pembelian yang menjadi maksud terkait dan semestinya diantaranya hal tersebut dan terkait diantaranya yaitu dengahn hal hal yang semestinya;
- d. Pernyataan dari pemberian kuasanya dnegan pihak pengangsurannya dan tidak ada pengurangan diantaranya dengan sebagaimana yang seharusnya;
- e. Pengaturan mengenai pembuktiannya, ataupun mempergunkan manfaat pembelian yang ada dan regulasi yang tersedianya
- f. Pemberian hak dengan pengurangan kemanfaatan dengan obyek yang ada dengan pemberlakuan dan regulasi yang telah ditentukan dan beberapa hal yang menjadi maksud dan membenaran terkait diantara hal yang sebenarnya menjadi maksud benar dan diatnara hal-hal yang menajdi semestinya dan membenaran maksud tersebut;
- g. Pernyataan untuk tunduk pada pembeli, aturan yang ada ataupun penambahan dari yang dibeli konsumen dan pembelianya dan beberpa ahal yang menjadi maksud dan hal lainnya menjadi keperluan dengan kebutuhan yang termaktub diantara hal tersebut yaitu dengan sebagaimana mestinya dengan sebanrnya;
- h. Pernyataan dengan konsumen, membebani ataupun tanggungan ataupun pengangsurannya dan pemberlakuan yang ada dan semestinya dan seharusnya sesuai dengan hal yang sebenarnya .

Selain yang dijelaskan dari tersebut adanya pelarangan yang jelas terlihat dan tercantum, kemudian lantaran minimnya keilmuan yang ada ataupun kedudukan dari aturan tersebut.

Dalam pengkajian ini dari aturan yang berlaku dan kemudian termuat dalam "Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen , dengan penjaminan kepastian hukumnya dari pembeli".



Jaminan untuk kepastian hukum untuk konsumen didalam menjalankan transaksi elektronik diperlukan agar penumbuhan tingkatan transaksi dan hambatan yang ada.

Selaras dengan yang ada yang bisa dikatakan tepat untuk digunakan oleh si pelaku usaha ketika hendak mengiklankan produknya, namun berjalannya waktu pastinya akan ada masalah dari barang ataupun dari konsumennya mengenai produknya.

a. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

UUPK disamakannya dengan konvensional dengan aturan tersebut mengenai hal hal yang krusial yang ditawarkan.<sup>17</sup> UUPK dengan pemanfaatan ataupun perlindungan ruang lingkup dan pembentukan apapun, melindungi hak yang berbisnis yaitu:<sup>18</sup>

1. Pembeli mempunyai hak perolehan barang yang selaras dari apa yang digambarkan, kemudian dengan contohnya ukuran, cara produksi ataupun keadaan lainnya dari keadaan tersebut dengan yang semestinya memang harus pada pelaksanaan dan kebenaran dan sebenarnya yang menjadi maksud terkait diantaranya dari hal yang penting lain nya .
2. Pelaku usaha tak mengizinkan dengan pemberian janji tujuan agar pemberian tidak ditepatkan ataupun bagaimanapun tersampaikan dengan baik dan sebagaimana semestinya dan keseharusan yang dilaksanakan dengan pembenaran yang ada .
3. Pebisnis online tak memiliki izin, kemudian dengan klausula yang ada, menyatakan dengan tunduk mereka dari regulasi yang ada dan kerugian ataupun beberapa hal yang termaktub diantara hal tersebut dan menjadi murni semesti nya dan seharus nya kemudian yang menjadi pemaparan nya.
4. Mempunyai hak ganti kerugian untuk apa yang telah rusak ataupun hal lain yang menjadi klausula terkait dengan hal tersebut yang telah diatur dengan semsti dan sebenar benar nya . .
5. Menyelesaikan sengketyanya, beralaskand dari aturan bisa dengan luar pengadilan ataupun menyelesaikan masalah pembeli dengan apa yang dibeli dan apa yang diputuskan untuk dibelinya, kemudian yang menjadi resiko pembelian tersebut kemudian jika terjadi permasalahan harus diselesaikan dengan semestinya dan seharusnya yang menjadi pemaparan terkait dan

---

<sup>17</sup> Widi Nugrahaningsih, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online", Jurnal Serambi Hukum, Vol. 11 No. 01, 2017, hlm. 34

<sup>18</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

hal hal yang seharusnya ada dan diperjanjikan dengan hal hal yang memang diperlukan dengan ketentuan terkait nya itu .

Lima poin diatas hanya beberapa pasal didalam UUPK yang dianggap sudah cocok dan memiliki kegunaan dan dapat dijangkau tanpa ada kerugian yang sebenarnya dan seharusnya dan pembedaan tersebut di antara nya dan hal hal yang seharusnya dan harus di laksanakan dengan terkait di antara hal tersebut, kemudian dengan pemaparan yang terkait di antara hal-hal yang tidak baik ataupun yang baik untuk kemaslahatan ataupun bagi pembeli dan penjualnya dan hal terkait lainnya dari regulasi tersebut dan dimaksudkan ini .

b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) juga bisa sebagai salah menjadi dasar dari beberapa hal yang menjadi perjanjiannya<sup>19</sup>

Pasal 1320 KUHPerdata menuangkan dengan pengesahan yang ada, dari empat syarat yang menjadi dasar membuat janji, dengan pembagian yang ada. Kemudian dengan persyaratan dari didalam KUHPerdata.

c. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Melanggar aturan yang ada transaksinya dengan aturan jika mereka menguntungkan secara personal, lewat dari jalur dan rangkaian yang ada, kemudian akan dilakukan pidana dengan empat tahun penjara. Maraknya kasus penipuan online, kemudian terkait dengan pasal lain yang sampai dendanya Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah)".<sup>20</sup> Pasal tersebut dipergunakan untuk penentuan UU ITE".

Dari pengaturan tersebut yang dijabarkan, kemudian adanya penjaminan hak dengan pengaturan yang ada, dari perlindungan konsumen ataupun kebebasan konsumen karena konsumen tersebut mengalami kerugian karenanya, menjadi permasalahan dan jadi yang diperlukan adalah untuk menyadarkan hak yang dipunya, pelaku berkaitan dengan hak terlindungi.

Tetapi belum adanya aturan secara khusus mengenai endorsement di media sosial, menyebabkan jika masyarakatnya merasa dirugikan ataupun yang selaras dengan aturan terkait kemudian ada Pasal 1365 mengenai Perbuatan melanggar hukum dari pelanggaran tersebut mengalami kerugian yang terkait.

---

<sup>19</sup> Margaretha Rosa Anjani dan Budi Santoso, "Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia", Law Reform, Vol. 14 No.1, 2018

<sup>20</sup> Pasal 45A Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Padahal *content creator* merupakan pihak yang sangat penting didalam memperkenalkan suatu produk berupa barang atau jasa dari pelaku usaha kepada konsumen, perilaku *content creator* didalam mengiklankan suatu produk bisa dikatakan dengan pembebasan yang ada.

Dengan memasukin *content creator* yang membuka endorsement emjadi kesempatan untuk mempromosikan ataupun pemantauan pelaksanaan untuk penanyangannya. Dengan memasukkan *content creator* yang melaksanakannya dnegan yang menjadi peluangnya, dijatuhi nantinya dari aturan yang ada dan iklan yang ada. Pada pasal 5 UU Penyiaran pada huruf I menegaskan dimana, pada pelaksanaan suatu aktivitas dengan yang selaras juga tanggungan dari regulasi yang ada.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

1. Tanggung jawab content creator atas kesalahan informasi dalam endorsement yang di berikan di media sosial menurut UU ITE  
Jerat hukum yang bisa dijatuhkan pada pelaku dengan ada dari regulasi yang telah mengatur, beberapa pasalnya yang berat dengan pemedanaan paling lama enam tahun lamanya.
2. perlindungan hukum terhadap korban atas kesalahan informasi yang diberikan oleh content creator dalam endorsment di media sosial  
Pada hakekatnya ada bagian dengan jual beli yang ada ataupun aturan yang telah mengatur mengenai perlindungan konsumen ataupun hal lain seperti diatur pada peraturan menteri untuk melindungi konsumennya.  
masalah perlindungan konsumen didalam yang diperjanjikan dan kurangnya pembinaan akan hal tersebut, memunculkan kerugian diantara karena klasula baku.

*content creator* didalam mengendorse/mempromosikan sebuah produk yang tidak besar dari aturan yang ada. Dengan memasukkan *content creator* yang dimana melakukan endorsement/promosi di media sosial sebagai seseorang yang memiliki kesempatan dan tindakan influencer”

## **Saran**

### **4.1 Saran**

berikut saran-saran dari penulis didalam penulisan ini,yaitu sebagai berikut :

1. Adanya aturan yang jelas dan adanya suatu lembaga yang mengatur content creator yang ada di dimedia sosial, khususnya dengan kegiatan endorsement yang dilakukan content creator di media sosial.
2. Pelaku usaha harus adanya perhatian dari undang-undang yang mengatur, mengenai perlindungan konsumen dan lainnya.