

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *INFLUENCER*  
SEBAGAI *ENDORSEMENT* KOSMETIKA DI MEDIA  
SOSIAL**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**KRISNA VIDA FABIANO**

**NBI : 1311900259**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *INFLUENCER*  
SEBAGAI *ENDORSEMENT* KOSMETIKA DI MEDIA  
SOSIAL  
SKRIPSI**



**Oleh :**  
**KRISNA VIDA FABIANO**  
**NBI : 1311900259**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *INFLUENCER*  
SEBAGAI *ENDORSEMENT* KOSMETIKA DI MEDIA  
SOSIAL**

**SKRIPSI**



Oleh :

**KRISNA VIDA FABIANO**

**NBI : 1311900259**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *INFLUENCER* SEBAGAI  
*ENDORSEMENT* KOSMETIKA DI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

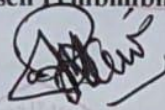
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi  
Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Hukum**

**Oleh :**

**Krisna Vida Fabiano**

**NBI : 1311900259**

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Endang Prasetyawati, S.H., M.Hum.**

**NIP : 196001231986012000**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *INFLUENCER* SEBAGAI  
*ENDORSEMENT* KOSMETIKA DI MEDIA SOSIAL**

Oleh:

**Krisna Vida Fabiano**  
NBI : 1311900259

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan Lulus Skripsi Fakultas Hukum  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal 20 Juni 2023

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan No. SK: 640/ST/FH/VI/2023  
Tanggal : 06 Juni 2022

**TIM PENGUJI:**

**Ketua** : **Dr. Endang Prasetyawati, S.H., M.Hum**  
NPP/ NIP : 196001231986012000

**Sekretaris** : **Dr. Yovita Arie Mangesti, S.H., M.H.**  
NPP/ NIP : 20310190808

**Anggota** : **H.R. Adianto Mardijono, S.H., M.Si.**  
NPP/ NIP : 20310930349

Mengetahui :

Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan,



**Prof. Dr. Slamet Suhartono, S.H., M.H., CMC.**  
NPP/ NIP : 20310860065

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Krisna Vida Fabiano

NIM : 1311900259

Fakultas : Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa judul artikel yang dimuat di jurnal **SOSIALITA** dengan judul:

**“KEDUDUKAN SEORANG *INFLUENCER* DALAM *ENDORSEMENT*”**

Bebas dari plagiasi dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagai mestinya

Surabaya, 26 Juni 2023

Ya



## SURAT PERNYATAAN BEBAS PUBLIKASI GANDA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Krisna Vida Fabiano  
NIM : 1311900259  
Fakultas : Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa judul artikel yang dimuat di jurnal **SOSIALITA** dengan judul:

**“KEDUDUKAN SEORANG *INFLUENCER* DALAM *ENDORSEMENT*”**

Bebas dari plagiasi dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagai mestinya

Surabaya 26 Juni 2023  
at pernyataan  
  
D3386AKX453869696  
Krisna Vida Fabiano

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Krisna Vida Fabiano  
NBI : 1311900259  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

**“Perlindungan Hukum Bagi *Influencer* Sebagai *Endorsement* Kosmetika di Media Sosial ”**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “Duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Surabaya, 26 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Krisna Vida Fabiano



**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Krisna Vida Fabiano  
NBI : 1311900259  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Perlindungan Hukum Bagi *Influencer* Sebagai *Endorsement* Kosmetika di Media Sosial”**

Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin kepada saya maupun memberikan *royalty* kepada saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Juni 2023  
Yang membuat pernyataan,



Krisna Vida Fabiano

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Dipersembahkan kepada semua pihak yang telah berjasa membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini, dari pihak orang tua, keluarga dan sahabat. Serta dipersembahkan untuk almamater saya tercinta Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan berbagai kemudahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *INFLUENCER* SEBAGAI *ENDORSEMENT* KOSMETIKA DI MEDIA SOSIAL”** sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum.

Skripsi ini berhasil penulis selesaikan karena dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis sampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi hikmat dan karuniannya pada penulis sehingga penulis dapat menulis skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Endang Prasetyawati, S.H., M.Hum. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Papa, Mama, serta adik-adik saya yang memberi kasih sayang, dukungan, dan do'a yang tiada henti untuk kelancaran dalam perjalanan hidup saya, salah satunya penulisan Skripsi ini.
4. Dr. Slamet Suhartono, S.H., M.H. sebagai Dekan Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Wiwik Afifah S.Pi., SH., M.H. sebagai Ketua Program Studi Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Dr.Syofyan Hadi SH., M.H. sebagai Dosen Wali Akademik yang telah mengarahkan penulis untuk pengambilan matakuliah dari awal semester 1 (satu) hingga semester 7 (tujuh), banyak ilmu dan nasehat yang tidak dapat dilupakan oleh penulis.
7. Kepada Berlyana Putri sebagai support system serta orang terdekat yang selalu menyemangati dan membantu dalam mengelola mental supaya penulisan skripsi ini berjalan lancar.
8. Dan tak lupa pada Michael steven ernanda dan teman-teman saya yang senantiasa membantu saya dalam perkuliahan dan juga pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan segala masukan demi sempurnanya tulisan ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait.

## ABSTRAK

Iklan merupakan sarana paling umum yang digunakan pelaku usaha di bidang jasa dalam memasarkan barang produksinya atau jasa yang ditawarkan. Hubungan pelaku usaha dan pihak periklanan memiliki hubungan hukum yang menguntungkan, berdasarkan kesepakatan serta adanya hubungan sebab akibat diantaranya. Di era digitalisasi ini dalam mengiklankan suatu produk lebih dikenal istilah *endorsement*, *endorsement* berarti dukungan dimana pihak yang melaksanakan promosi tersebut dikenal dengan sebutan *influencer*. *Influencer* merupakan penyedia jasa promosi yang memiliki peranan dalam membantu pelaku usaha untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, promosi tersebut biasanya berupa iklan sebagai media promosi produk yang akan di produksi dan akan dijual ke masyarakat atau konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan yang akan diperoleh oleh pelaku usaha. Namun promosi yang dilakukan tidak jarang memberikan informasi yang berlebihan guna menarik minat konsumen, terkadang informasi yang disajikan tidak jelas dan tidak dengan fakta. Kosmetika pada saat ini menjadi barang penting baik laki-laki maupun perempuan. Meluasnya produk kosmetika yang di jual dipasaran sering kali dimanfaatkan pelaku usaha untuk memasarkan produk yang tidak memiliki izin edar untuk kepentingannya pribadi. Kedudukan *Influencer* belum diatur oleh Hukum Indonesia. Keadaan ini mempengaruhi akibat hukum yang timbul apabila *influencer* mengiklankan produk kosmetika yang merugikan konsumen karena tidak memiliki izin edar. Di Indonesia, kepentingan konsumen atas penggunaan dan pemanfaatan produk dilindungi oleh Undang-undang No.8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Hasil dari pembahasan Kedudukan *Influencer* dalam *Endorsement* Kosmetika sebagai pihak Periklanan. Walaupun belum ada undang-undang yang mengatur secara pasti namun dalam *endorsement influencer* harus menaati Undang-undang yang berlaku dalam periklanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa *influencer* dapat bertanggungjawab atas periklanannya apabila dinilai merugikan bagi konsumen.

**Kata Kunci : *Endorsement, Influencer, Perlindungan Hukum***

## **ABSTRACT**

*Advertising is the most common means used by business actors in the service sector in marketing the goods they produce or the services they offer. The relationship between business actors and advertisers has a favorable legal relationship. based on agreement and the existence of a causal relationship between them. In this era of digitalization, when advertising a product, it is better known as an endorsement. Endorsement means support where the party carrying out the promotion is known as an influencer. Influencers are promotional service providers who have a role in assisting business actors to promote a product or service, the promotion is usually in the form of advertising as a promotional media for products that will be produced and will be sold to the public or consumers with the aim of obtaining profits that will be obtained by business actors. However, promotions that are carried out often provide excessive information to attract consumer interest, sometimes the information presented is unclear and not with facts. Cosmetics are currently an important item for both men and women. The widespread use of cosmetic products on the market is often used by business actors to market products that do not have a distribution permit for their personal interests. The position of Influencers has not been regulated by Indonesian Law. This situation affects the legal consequences that arise when influencers advertise cosmetic products that are detrimental to consumers because they do not have a distribution permit. In Indonesia, consumer interests in the use and use of products are protected by Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The results of the discussion on the Position of Influencers in Cosmetics Endorsements as an Advertising Party. Even though there is no law that regulates for sure, in endorsement influencers must comply with the laws that apply to advertising. So it can be concluded that influencers can be responsible for their advertising if it is considered detrimental to consumers.*

**Keywords: Endorsement, Influencers, Legal Protection**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PUBLIKASI GANDA</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	vi
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.5 Metode Penelitian .....	4
1.5.1 Jenis Penelitian .....	4
1.5.2 Metode Pendekatan.....	5
1.5.3 Sumber dan Jenis Bahan Hukum .....	5
1.5.4 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum .....	6
1.5.5 Teknik Analisis Bahan Hukum.....	6
1.6 Pertanggungjawaban Sistematika .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Perlindungan Hukum .....	7
2.2 <i>Endorsement</i> .....	8
2.2.1 Dampak Penggunaan <i>Endorsement</i> .....	10
2.3 <i>Influencer</i> .....	11
2.3.1 Macam-macam influencer .....	11
2.3.2 Jenis-jenis <i>Influencer</i> .....	12
a. <i>Blogger</i> .....	12
b. <i>Youtuber</i> .....	13

c. <i>Selebgram</i> .....	13
d. <i>Tiktokers</i> atau <i>Creator</i> .....	13
2.3.3 Peran <i>Influencer</i> dalam Promosi Produk.....	14
2.4 Media Sosial.....	15
2.4.1 Jenis-jenis Media Sosial.....	16
2.4.2 Media Sosial Sebagai <i>Marketing</i> .....	17
2.5 Konsumen .....	19
2.5.1 Perlindungan Konsumen .....	21
2.6 Produk .....	23
2.6.1 Kecacatan Produk .....	23
2.7 Tanggung Jawab.....	24
2.7.1 Tanggung Jawab Hukum.....	24
2.7.2 Tanggung Jawab Produk .....	26
2.8 Kosmetika .....	27
2.8.1 Kosmetik Ilegal .....	28
2.8.2 Penggolongan Kosmetik .....	29
<b>BAB III PEMBAHASAN</b> .....	31
3.1 Kedudukan Hukum <i>Influencer</i> dalam <i>Endorsement</i> Kosmetika .....	31
3.1.2 <i>Influencer</i> dalam Promosi Produk Kosmetika.....	34
3.1.3 Pelaksanaan <i>Endorsement</i> Melalui <i>Influencer</i> yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999.....	36
3.1.4 Perkembangan <i>Influencer</i> Sebagai Media Periklanan.....	42
3.1.5 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Dalam Pemasaran Digital.....	45
3.1.6 Perjanjian Antara <i>Influencer</i> dengan Pengusaha dalam Bentuk Promosinya.....	48
3.1.7 Akibat Hukum Yang ditimbulkan apabila seorang <i>influencer</i> melakukan periklanan yang menyimpang .....	52
3.1.8 Kedudukan <i>Influencer</i> dalam Peraturan Perundang-undangan yang Berlaku .....	54
3.2 Bentuk Pertanggung Jawaban <i>Influencer</i> terhadap Konsumen atas <i>Endorsement</i> Kosmetika Ilegal .....	61
3.2.1 Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Kerugian Penggunaan Kosmetika yang Di Promosikan <i>Influencer</i> .....	65
3.2.2 Gugatan Produk <i>Liability</i> Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen .....	67
3.2.3 Pengaturan Hukum Terhadap Jasa Promosi Yang dilakukan oleh	

<i>Influencer</i> Apabila Merugikan Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen .....	69
3.2.4 Tanggung Jawab <i>Influencer</i> dalam <i>Endorsemenet</i> Produk Kosmetika Yang di Promosikan Bedarsarkan Undang-undang No.8 Tahun 1999 .....	74
3.2.5 Bentuk Tanggung Jawab <i>Influencer</i> terhadap Konsumen atas kerugian penggunaan Kosmetika yang Di Promosikan.....	76
3.2.6 Pertanggungjawaban Kosmetika Palsu yang di Promosikan oleh <i>Influencer</i> .....	78
3.2.7 Perlindungan Hukum <i>Influencer</i> atas Gugatan Konsumen Berdasarkan Kesalahan Pengusaha .....	82
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	85
4.1 KESIMPULAN.....	85
4.2 Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	87