

**PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM INFLUENCER DALAM ENDORSEMENT
YANG MENYESATKAN KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

May Sarah¹, Afif Khalid², Dadin Eka Saputra³

¹Ilmu Hukum, 74201, Fakultas Hukum, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 19810067

²Ilmu Hukum, 74201, Fakultas Hukum, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1117048501

³Ilmu Hukum, 74201, Fakultas Hukum, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1130038302

E-mail : Maysarah7709@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital dalam memasarkan produk usaha dapat menggunakan jasa *influencer*. Hal ini karena pengaruh *influencer* yang dapat meningkatkan penjualan produk. Namun masih terdapat *influencer* yang melakukan promosi produk yang dapat berpotensi merugikan konsumen. Di media sosial banyak sekali seseorang yang terkenal menggunakan suatu produk dalam postingan foto dengan menuliskan keterangan mempromosikan produk beserta nama pelaku usaha online atau disebut online shop dengan kata lain endorsement, yang berarti jenis promosi tertentu yang memanfaatkan selebriti atau artis untuk mengatakan hal baik tentang sebuah merek, produk atau layanan.

Penelitian ini difokuskan pada dua rumusan masalah, yaitu (1) Bagaimana kedudukan *influencer* dalam perjanjian *endorsement* yang mempromosikan produk di media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. (2) Bagaimana tanggung jawab *influencer* yang menerima *endorsement* dengan mempromosikan produk ilegal berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Mengenai pengumpulan bahan hukum diperoleh dari bahan-bahan pustaka yang meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa *influencer* dapat bertanggung jawab terhadap materi iklan yang disampaikan, tetapi *influencer* tidak dapat bertanggung jawab dalam memberikan ganti kerugian pada konsumen atas penggunaan produk yang diiklankan karena pertanggung jawaban berada pada pelaku usaha. Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat berupa pihak-pihak terkait melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan produk dan dapat berupa pemberian ganti kerugian atas konsumen yang mengalami kerugian.

Kata kunci : Perlindungan Konsumen, Influencer, Endorsement

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agnes M Toar, (1998), *Tanggung jawab Produk Sejarah dan Perkembangan di Beberapa Negara*, Ujung Pandang.
- Amiruddin dan H. Zainal Asikin, (2004), *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andi, Sri dan Nurdiyana Tadjuddin, (2018), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mitra Wacanna Media.
- Ardhi dan Yudha, (2013), *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*, Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Az Nasution, (2012), *Hukum dan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Press.
- Dr. Muhaimin, SH., M.Hum, (2020), *Metode Penelitian Hukum*, Cet ke-1, Mataraman: Mataraman University Press.
- Fandy Tjipto, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: Andi.
- Hans Kalsen, (2007), *General Theory Of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empris*, Jakarta: BEE Media Indonesia.
- Peter Mahmud Marzuki, (2010), *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada.
- Sidabolok Janus, (2006), *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Sidharta, (2006), *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Soejorno Soekanto, (1996), *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet ke-3, Jakarta: UI-Press
- Syawali Husni, (2000), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju.
- Taufi H. Simatupang, (2019), *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Citra Aditya Bakti.
- Terence A Shimp, (2003), *Periklanan Promosi Aspek Tumbuh Kembang Komunikasi Terpadu*, Jilid I Edisi ke-5, Jakarta: Penerbit Erlangga.

JURNAL

- Dheshye Cindy, (2019), Tinjauan Yuridis Tentang Endorse Kosmetik Oleh Selebgram, *Jurnal Konstruksi Hukum*.

Gevin Sepria Harly dan Damayanti Octavia, (2014), Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal, *Jurnal Management Indonesia*.

Irfan Maulana, Jovana Merseyside dan Ossya Salsabila, (2020), Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumen Era Ekonomi Digital, *Majalah Ilmiah Bijak*.

P David Marshall, (2019), The Promotion And Presentation Of The Self Celebrity as Maker Of Presentational Media, *Celebrity Studies*.

Pratiwi Budi Utami, (2014), Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Online Shop di Indonesia, *Tesis Universitas Negeri Sultan Agung Tirtayasa*.

Shiya, Azi Sugiharto dan Maulana Rezi Ramadhan, (2018), Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek, *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*.

Suryandini, Dewa Ayu Kade Wida dan Suatra Putrawan, (2020), Pertanggungjawaban selebgram terhadap konsumen yang mempromosikan barang dan jasa di media sosial, *Jurnal Ilmu Hukum*.

WEBSITE

Blibli, Informasi Legalitas Produk Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan Bagi Seller, https://seller.blibli.com/learning/news/ART-20758/informasi-legalitas-produk-obat-tradisional-dan-suplemen-kesehatan-bagi-seller?_scroll=0

Gramedia Blog, Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi Manfaat dan Perkembangannya, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>

Liputan6, Macam Media Sosial Yang Sering Digunakan, <https://www.liputan6.com/hot/read4645781/14-macam-media-sosial-yang-sering-digunakan-beserta-penjelasan>

Mas Cargo, Memahami Pengertian Barang Illegal, <https://www.mascargoexpress.com/pengertian-barang-ilegal/>

UNPAS, Apa Itu Sosial Media, <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

KUHPerduta.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik.