

Peranan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) dan pemerintah Indonesia terhadap penegakan hukum atas iklan yang mengandung informasi menyesatkan

Reski Damayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=131589&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran guna menyampaikan informasi kepada konsumen. Namun sayangnya informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha belum tentu sepenuhnya benar. Akibat yang timbul dari iklan yang menyesatkan tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga pelaku usaha lainnya. Penelitian ini melihat peranan Pemerintah dan PPPI terkait permasalahan iklan yang menyesatkan. Metode penelitian yang dipergunakan bersifat yuridis normatif dengan menitikberatkan penelitian terhadap data sekunder. Dari hasil penelitian diharapkan Pemerintah dapat lebih berperan dalam menerapkan ketentuan hukum dalam bidang periklanan.

<hr>Advertisement is one of the marketing strategies with the aim to deliver the information to consumers. Unfortunately not all the information is true. The impact of misleading advertisement is not only causing loss to consumers but also to other business entity. This research will focus on government and PPPI's roles in relation to misleading advertisement. This research is based on juridicalnormative research, emphasizing on secondary data. From this research it is expected that the Government can have more role in implementing the regulation on advertisement.