

Tinjauan yuridis perlindungan konsumen dalam iklan testimoni

Tagor, Siti Rahma, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97382&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Iklan testimoni adalah iklan yang memberikan kesaksian konsumen terhadap suatu "keberhasilan" menggunakan produk barang atau jasa. Dengan kata lain, iklan ini sebagian besar menggunakan orang awam/biasa/kebanyakan (bukan publik figur). Dan, banyak diragukan kebenarannya dan membuka kemungkinan konsumen dirugikan karenanya. Konsumen sebagai pemakai iklan disini haruslah waspada akan iklan yang ditampilkan baik dilayar kaca maupun dimedia cetak. Karena, tanpa disadari oleh Konsumen, kegiatan promosi yang dilakukan oleh si pelaku usaha melalui iklan tersebut semata-mata untuk menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Hal ini pada dasarnya, telah melanggar hak konsumen dan sangat merugikannya.

Adapun permasalahan yang akan dibahas penulis dalam tesis ini adalah :

- a. Bagaimana pengaturan tentang iklan testimoni dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- b. Upaya hukum apa yang dapat ditempuh konsumen jika dirugikan oleh pelaku usaha yang menerbitkan suatu iklan testimoni yang menyesatkan; dan,
- c. Bagaimana praktek iklan testimoni yang sesuai dan yang tidak sesuai menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut.