

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Digital yang Melanggar Hak Konsumen di Indonesia = Legal Protection of Consumers Related to Digital Advertisement That Violates Consumer Rights in Indonesia

Fanny Putri Aprilia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920527595&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini peredaran iklan semakin mudah untuk tersebar luas karena tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini kita telah memasuki era digital. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya iklan yang muncul pada platform digital seperti media sosial. Namun, disayangkan isi yang dimuat dalam iklan khususnya iklan digital tersebut tidak selalu bermuatan positif, dan seringkali ditemui iklan khususnya iklan digital yang tidak sesuai dengan aturan atau pedoman periklanan yang berlaku di Indonesia. Dengan adanya ketidaksesuaian tersebut, maka iklan khususnya iklan digital dapat melanggar hak konsumen itu sendiri. Maka dari itu, akan dikaji lebih mendalam pada penulisan ini dengan menggunakan metode yuridis normatif, bahan sekunder lainnya serta melakukan pengumpulan data dengan wawancara bersama narasumber terkait agar penulisan ini dapat menghasilkan kesimpulan dan saran yang sesuai yang mana kemudian membawa kepada kesimpulan bahwa di Indonesia sendiri diperlukan peraturan khusus yang mengatur tentang periklanan di Indonesia karena peraturan dan pedoman iklan di Indonesia saat ini belum menjelaskan secara komprehensif serta masih dijelaskan di dalam beberapa aturan dan pedoman. Di samping itu, diperlukan juga pengkajian kembali terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen sesuai dengan perkembangan era digital di Indonesia saat ini.

.....Nowadays, the circulation of advertisements is getting easier to spread widely, since it cannot be denied that we have entered the digital era. This can be seen from the many advertisements that appear on digital platforms such as social media. However, it is unfortunate that the content contained in advertisements, especially digital advertisements are not always positive, and it is often found that advertisements, especially digital advertisements, are not in accordance with the advertising rules or guidelines that apply in Indonesia. With this discrepancy, advertisements, especially digital advertisements, can violate the rights of consumers themselves. Therefore, it will be studied in more depth in this writing by using normative juridical methods, other secondary materials and collecting data by interviewing relevant sources so that this writing will be able to provide some appropriate conclusions and suggestions which then lead to the conclusion that in Indonesia itself special regulations are needed to regulate advertising in Indonesia because current advertising regulations and guidelines in Indonesia have not explained comprehensively and are still explained in several rules and guidelines. In addition, it is also necessary to review the Consumer Protection Law in accordance with the development of the digital era in Indonesia today.