

ABSTRAK

PERLINDUNGAN HUKUM *PUBLIC FIGURE* TERHADAP *ENDORSEMENT* KOSMETIK ILEGAL/TANPA IZIN BPOM MERUJUK PADA KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA

Oleh

Ikhsan Fadila Susilo
NPM 1612011348

Kosmetik merupakan produk yang melekat pada sebagian besar masyarakat terutama kaum wanita seiring dengan perkembangan zaman para pelaku usaha gencar memproduksi produk kosmetiknya lalu memasarkan produk-produknya menggunakan sosial media, yaitu menggunakan jasa endorsement artis atau public figure . endorsement terbilang efektif karena hampir Sebagian besar masyarakat menggunakan sosial media, dan memilih untuk berbelanja melalui toko online. namun hal ini dimanfaatkan secara negatif oleh pelaku usaha dengan menjual dan memasarkan kosmetik berbahaya dan tidak memiliki izin edar oleh BPOM di media sosial, yang dalam hal ini menggunakan jasa endorsement/dukungan artis atau public figure . permasalahan baru muncul ketika artis atau public figure endorser tidak berhati-hati dalam memilih barang dan atau jasa yang akan dipromosikan, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Artis atau public figure endorser dalam hal ini turut bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan terhadap konsumen namun masyarakat jarang menyadari hal ini. Sehingga dalam hal ini penulis berupaya menganalisis lebih dalam mengenai tanggung jawab public figure endorser terhadap konsumen atas kosmetik ilegal yang diiklankan, Sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam menggugat bukan hanya pelaku usaha tapi juga public figure endorser.

Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif. Pendekatan masalah yang digunakan adalah yuridis normatif dan yuridis empiris. Pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dan studi lapangan. Pengolahan data dilakukan dengan cara pemeriksaan data, klasifikasi data dan sistematika data serta dianalisis secara kualitatif.

Artis atau public figure endorser memiliki tanggung jawab karena artis atau public figure endorser merupakan sumber langsung penyampaian iklan kepada konsumen, beberapa konsumen terbuju untuk membeli produk dari pelaku usaha dikarenakan promosi yang dilakukan oleh public figure tersebut, sehingga ketika telah terbukti bahwa produk yang dipromosikan oleh public figure tersebut palsu atau berbahaya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsumen dapat mengajukan gugatan sengketa perlindungan konsumen terhadap artis atau public figure endorser atas kerugian-kerugian yang disebabkan oleh iklan endorsement kosmetik ilegal yang dilakukan artis atau public figure endorser, karena bertentangan dengan asas ketelitian dan kehati-hatian.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Perjanjian , Endorsement*

ABSTRACT

PROTECTION OF PUBLIC FIGURE LAW AGAINST ILLEGAL/WITHOUT BPOM PERMIT COSMETIC ENDORSEMENT REFER TO THE CIVIL LAW BOOK

By

Ikhsan Fadila Susilo

NPM 1612011348

Cosmetics is a product that is inherent in most people, especially women, along with the times, business actors are intensively producing their cosmetic products and then marketing their products using social media, namely using the endorsement services of artists or public figures. endorsements are fairly effective because almost the majority of people use social media, and choose to shop through online stores. however, this is used negatively by business actors by selling and marketing dangerous cosmetics and do not have a distribution permit by BPOM on social media, which in this case uses endorsement services/support from artists or public figures. New problems arise when artists or public figure endorsers are not careful in choosing the goods and or services to be promoted, resulting in losses for consumers. Artists or public figure endorsers, in this case, are also responsible for the losses caused to consumers, but people are rarely aware of this. So that in this case the author seeks to analyze more deeply regarding the responsibility of public figure endorsers to consumers for advertised illegal cosmetics. As a consideration for consumers in suing not only business actors but also public figure endorsers.

This type of research is normative research. The problem approach used is normative juridical and empirical juridical. Data collection is done by literature study and field study. Data processing was carried out by means of data examination, data classification and data systematics and analyzed qualitatively.

Artists or public figure endorsers have a responsibility because artists or public figure endorsers are a direct source of delivering advertisements to consumers, some consumers are persuaded to buy products from business actors because of promotions carried out by these public figures, so that when it is proven that the products promoted by the public the figure is fake or dangerous, causing harm to consumers. Consumers can file a consumer protection dispute lawsuit against an artist or public figure endorser for losses caused by illegal cosmetic endorsement advertisements carried out by artists or public figure endorsers, because it is contrary to the principles of thoroughness and caution.

Keywords: Consumer Protection, Agreement, Endorsement