

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang setelah hadirnya media sosial tersebut ada banyak teknik marketing yang dapat digunakan. Salah satu teknik marketing yang baru adalah teknik *endorse*. Pengertian dari *endorse* itu sendiri menurut para ahli adalah dukungan atau saran¹. *Endorse* tersebut banyak dilakukan oleh *public figure*, misalnya artis, selebriti instagram, *youtuber*, *vlogger*, *beauty blogger* dan masih banyak lainnya. Sudah tidak dapat diragukan lagi bahwa kekuatan media sosial sudah sangat banyak membawa pengaruh yang besar.

Kata artis berasal dari kata *artist* dari bahasa inggris yang berarti seniman, yaitu seseorang yang menghasilkan karya (*art*) seperti pelukis, penyanyi, pemain film atau drama. Dan kata selebriti diambil dari bahasa inggris juga yaitu *celebrity* yang akar katanya adalah *celebrate* atau selebrasi. Diartikan sebagai proses menonjolkan diri untuk terkenal. Secara harfiah, dapat diartikan sebagai seseorang yang keberadaanya dirayakan dan dipandang sebagai sesuatu yang besar. Jadi, dapat disimpulkan bahwa selebriti instagram merupakan seseorang terkenal dan memiliki banyak pengikut atau *followers* dalam salah satu aplikasi media sosial yaitu instagram dengan konten kreatifnya.

Peran selebriti instagram yaitu sebagai media untuk mempromosikan barang atau produk karena dapat mempengaruhi peningkatan penjualan sebuah produk, terutama iklan yang ditayangkan melalui media sosial seperti instagram. Penggunaan selebriti instagram yang tepat dalam sebuah iklan mampu

¹<http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-endorsement/>, diakses pada tanggal 25 Desember 2019, pada pukul 13.26 WIB

mempengaruhi dan menarik perhatian konsumen atas pesan atau informasi yang disampaikan dalam sebuah iklan di instagram.² Karena pada dasarnya, para pengikut atau *followers* selebriti instagram tersebut cenderung mengikuti apa yang dikenakan atau dipakai oleh idolanya.

Dan untuk membuat produk mereka dapat dikenal oleh masyarakat biasanya mereka menggunakan teknik promosi *endorse* yang dilakukan di media sosial. Teknik promosi *endorse* ini biasanya dilakukan oleh *online shop*, yang di mana biasanya *online shop* tidak perlu membuka toko untuk berbisnis. Bisnis tersebut biasanya menjual produk kecantikan (*make up*), pakaian, makanan, boneka, obat-obatan, pakaian, sepatu, *handphone*, jam tangan dan lain sebagainya yang dimana dapat ditemui di berbagai media sosial. *Endorse* tersebut biasanya dilakukan oleh *public figure*. *Online shop* tersebut biasanya mengendorse publik figure yang mereka rasa memiliki banyak peran dan pengikut di media sosial salah satunya aplikasi instagram. Para pelaku usaha tersebut lebih memilih menggunakan teknik *endorse* karena lebih murah dan mudah dibandingkan dengan memasang iklan di tv. Beberapa bintang Instagram yang paling terkenal di Indonesia adalah Rachel Venya, Awkarin, dan masih banyak lagi. Mereka adalah beberapa dari sekian banyak *endorser* Instagram yang kerap di *endorse* oleh toko online.

Transaksi media sosial ini biasanya dilakukan melalui obrolan media dan dapat dilakukan melalui berbagai media sosial seperti whatsapp, line, email dan aplikasi langsung Instagram. Ada juga *endorse* yang dilakukan kedua belah pihak

²Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung, Remaja Rosdakarya, hlm. 272.

secara offline atau langsung, untuk membuat kesepakatan dan menyelesaikan transaksi.

Cara ini sebenarnya merupakan kesepakatan yang mengikat karena melibatkan beberapa pihak dan menciptakan keuntungan atau prestasi (hak dan kewajiban) bagi semua pihak yang terlibat dalam perjanjian ini. Dalam cara ini, misalnya, pihak A setuju dengan pihak B melalui obrolan untuk memberikan barang dan uang kepada pihak B, berharap bahwa pihak B dapat meng-upload atau mempromosikan produk pihak A. Pada dasarnya perjanjian ini mengikat, tetapi perjanjian ini tidak diatur oleh KUHPperdata. Kesepakatan tersebut diperbolehkan karena dalam buku ketiga, KUHPperdata menganjurkan sebuah sistem terbuka yang akan memungkinkan masyarakat untuk mengukur secara memadai keabsahan apa pun selama itu tidak melanggar ketertiban publik dan kesopanan.³

Ketika mereka memasarkan produk, mereka biasanya mengatakan itu baik dan akan mendapatkan hasil. Katakanlah mereka mempromosikan pil pemutih kulit dan pelangsing badan. Mereka mengatakan obatnya bekerja dan mempengaruhi mereka. Tapi sebenarnya mereka tidak jujur dalam menyampaikan semuanya karena mereka tidak benar-benar menggunakan produk. Mereka hanya menjalankan promosi berdasarkan permintaan penjual. Dengan tidak adanya itikad baik dari para pihak, maka sudah sepatutnya para pihak harus bertanggung jawab atas perbuatan melawan hukum tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut,

³Fransiskus Ravellino, 2017, *Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian Endorsement melalui Direct Message dalam Aplikasi Instagram Berdasarkan Pasal 1320 KUHPperdata*, Bandung, Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, hlm.4.

dipersalahkan, dan diperkarakan.⁴ Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keseharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya. Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan.⁵

Menurut hukum perdata dasar pertanggungjawaban dibagi menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. Dengan demikian dikenal dengan pertanggungjawaban atas dasar kesalahan (*liability without based on fault*) dan pertanggungjawaban tanpa kesalahan yang dikenal (*liability without fault*) yang dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak (*strict liability*).⁶ Prinsip dasar pertanggung jawaban atas dasar kesalahan mengandung arti bahwa seseorang harus bertanggung jawab karena ia melakukan kesalahan karena merugikan orang lain. Sebaliknya prinsip tanggung jawab risiko adalah bahwa konsumen penggugat tidak diwajibkan lagi melainkan produsen tergugat langsung bertanggung jawab sebagai risiko usaha nya.

Contohnya awkarin, selebriti Instagram wanita yang mempromosikan produk obat injeksi pembesar payudara dan pengencang vagina lalu menyatakan obat-obat tersebt 100% aman untuk digunakan. Akibatnya awkarin langsung banyak menerima banyak kritik dari polisi dan bahkan Okky Asokawati sebagai anggota parlemen komisi IX DPR departemen kesehatan dan ketenagakerjaan, yang mengatakan "bagaimana bisa seseorang mengatakan bahwa sementara dia sendiri menyadari sifat produk tersebut ".

⁴ Andi Hamzah, Kamus Hukum, Ghalia Indonesia, 2005

⁵ Soekidjo Notoatmojo, Etika dan Hukum Kesehatan, Rineka Cipta, Jakarta, 2010

⁶ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, Perlindungan Hukum bagi Pasien, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hlm 48.

Gambar 1.1 Foto Selebriti Instagram Awkarin



Sumber: Instagram/awkarin

Dia menunjuk instagramnya karin novilda atau seseorang yang dikenal sebagai Awkarin di instagramnya, Awkarin mempromosikan obat injeksi pembesar payudara. Bahkan awkarin menunjukkan identitas lengkap toko online tersebut dan harga produk yang ia promosikan. Tulisan Awkarin menuai protes. Fenomena ini akhirnya tertangkap karena beberapa selebriti instagram sering memposting produk yang tidak logis. Iklan itu dianggap berbahaya dan diserang oleh publik dan disegerakan untuk dihilangkan.

Gambar 1.2 Produk Injeksi Pembesar Payudara



Sumber: Instagram/awkarin

Dengan adanya permasalahan ini di dunia sosial media, maka orang-orang semakin berhati-hati, karena para selebriti di instagram yang populer sejauh ini telah mempromosikan berbagai produk kecantikan ilegal. Karena pembeli atau konsumen akan percaya apa yang posting di instagram tanpa mempertimbangkan jangka panjang memakai atau risiko yang terlibat. Sebagai anggota komisi IX Okky Asokawati beropini bahwa selebriti instagram tidak bisa sembarangan mempromosikan produk obat kesehatan maupun kecantikan. Karena secara hukum, produk farmasi dan kecantikan perlu izin dari dewan dan departemen kesehatan.

Iklan tersebut dieliminasi atau diblokir oleh orang-orang di instagram dan oleh anggota parlemen yang meminta penghapusan dan kejelasan produk, Okky mengatakan bahwa penjualan produk kecantikan seperti Awkarin bisa berdampak pada kurangnya perlindungan pada konsumen. Bahkan produk untuk dijual mungkin tidak menerima sertifikasi yang jujur. Dalam hal ini, selaku selebriti instagram Karin Novilda, yang biasa disebut Awkarin, meminta perlindungan hukum yang jelas dan pasti agar pekerjaan *endorse* ini tetap berjalan.

Kasus awkarin adalah salah satu contoh yang menyebabkan masyarakat banyak celaka. Masalahnya adalah oknum toko online dan oknum tokoh publik hanya mengambil keuntungan diri sendiri. Mereka hanya berpikir tentang berapa banyak mereka peroleh dari pekerjaan *endorse* tersebut. Kegiatan ini hendaknya dilakukan oleh tokoh-tokoh publik yang berminat pada produk ini, sehingga mereka biasanya akan memintanya untuk dipromosikan dengan sungguh-sungguh. Tetapi pada kenyataannya adalah penjual yang memberikan pekerjaan kepada selebriti instagram dan bahkan membayar untuk mempromosikan produk.

Kebanyakan *endorser* hanya memikirkan pembayaran yang mereka terima tanpa memperhatikan orang-orang yang mengikuti mereka dan terpengaruh untuk menggunakan produk yang di promosikan di media sosial.

Kasus serupa dalam putusan kasus Nomor: 15555/Pid.Sus/2019/PN SBY dimana Karina Indah Lestari telah terbukti melakukan tindak pidana sebagaimana dalam Pasal 197 UU Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan bahwasanya terdakwa telah memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar dan akan berakibat fatal pada fisik konsumen apabila membeli serta menggunakan produk kosmetik tersebut. Kasus ini berawal dari keberhasilan Kepolisian Daerah Jawa Timur membongkar praktik produksi kosmetik ilegal. Dalam menjual produk kosmetik oplosan yang bermerek DSC (Derma Skin Care), terdakwa juga melibatkan sejumlah artis untuk mempromosikan produk tersebut diantaranya Via Vallen, Olla Ramlan, Nia Ramadhani, Mimi Peri, Dekador (Malang), dan Nella Kharisma dengan harga tertentu sesuai berapa lama produk tersebut dipromosikan. Dengan adanya bukti melanggar perkara tentang Kesehatan, Karina Indah Lestari selaku pelaku usaha kosmetik ilegal asal Kediri, oleh Ketua Majelis Hakim Hizbullah Idris, akhirnya diberi putusan berupa hukuman penjara 10 bulan penjara dan memberikan denda sebesar Rp. 50.000.000,-, subsidi penjara 1 bulan.

Dengan munculnya berbagai permasalahan hukum yang ada dan terjadi pada saat ini, sehingga timbul lah resiko-resiko yang bermula dari tidak adanya pertanggungjawaban beberapa pihak yang merugikan konsumen. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) telah diatur hal-hal apa saja yang tidak boleh dilakukan oleh para

pelaku usaha. Seharusnya hal – hal tersebut dicantumkan dalam kesepakatan dari sebuah perjanjian. Pada dasarnya mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan antara satu sama lainnya yang memiliki hubungan yaitu antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam Pasal 1 Ayat (1) UUPK dijelaskan bahwa ”perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Berdasarkan Pasal 1338 KUHPdata Ayat (3) mengatur tentang itikad baik sebagai landasan seseorang melakukan perbuatan hukum dalam membuat suatu perjanjian. Kemudian berdasarkan Pasal 7 UUPK bahwa kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi, memperlakukan konsumen dengan cara yang sama, menjamin produknya, memberi kesempatan bagi konsumen untuk menguji, dan memberi kompensasi.⁷

Hal tersebut agar konsumen maupun pelaku usaha tidak dirugikan satu sama lainnya, karena kemungkinan kerugian yang akan dialami konsumen ketika barang tersebut diproduksi oleh pelaku usaha. Apabila dalam hal ini pelaku usaha tidak memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya maka konsumen akan sangat dirugikan begitupun sebaliknya terhadap konsumen, konsumen pun perlu beritikad baik terhadap pelaku usaha dalam hal transaksi baik itu pembelian barang ataupun jasa, karena kemungkinan kerugian pelaku usaha atau produsen terjadi ketika transaksi.⁸

Dalam Pasal 1365 KUHPdata mengatur tentang perbuatan melawan hukum yang mana dari bunyi Pasal tersebut, dapat ditarik unsur-unsur perbuatan

⁷Liya Sukma, 2012, *Promosi Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen*, Bandung, Syiar Hukum, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Bandung, hlm. 9.

⁸Eli Wuria Dewi, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta, Graha Ilmu, hlm. 57-58.

melawan hukum yaitu adanya perbuatan yang melawan hukum, adanya kesalahan, adanya hubungan sebab akibat antara kerugian dan perbuatan, dan adanya kerugian. Dan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur diatur dalam Pasal 7 huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.⁹

Menurut Nurmadjito berdasarkan Pasal 8 UUPK mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha pada hakikatnya untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar. Produk layak edar yang dimaksud asal-usul dan kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan dan lain sebagainya.¹⁰ Pelaku usaha atau produsen memiliki tanggung jawab terhadap apa yang diproduksi atau diperdagangkannya.

Sistem *endorse* yang di lakukan oleh beberapa selebriti instagram di media sosial terkait pemberian informasi terhadap suatu produk juga diatur dalam UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE. Pasal 9 UU ITE dijelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang benar serta lengkap terkait dengan syarat perjanjian, produsen, dan produk yang ditawarkan. Lalu pada Pasal 28 Ayat (1) UU ITE dijelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tidak memiliki hak menyebarkan luaskan berita kebohongan dan menyesatkan banyak orang yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Adapun beberapa peraturan yang sudah ada hukum yang berlaku yang menyatakan demikian, masih

⁹*Ibid*, hlm. 58.

¹⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 64-65.

banyak pihak toko online dan *endorser* tidak mempedulikan aturan tersebut sehingga orientasi mereka hanya sekedar untuk memperoleh keuntungan diri sendiri tanpa memikirkan produk ilegal yang telah dipasarkan bahkan telah digunakan konsumen yang menikmati produk tersebut, yang mana itu karena sebagian besar pasti termotivasi akibat *endorse* yang telah dilakukan oleh selebriti instagram.

Iklan dan Promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Dewasa ini, Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran penting bagi keberhasilan perusahaan. Semakin meningkat pengeluaran (belanja) iklan dan promosi yang dilakukan perusahaan menjadi bukti bahwa tenaga pemasaran di manapun didunia mengakui pentingnya kegiatan iklan dan promosi.¹¹ Pasal 20 UUPK menyebutkan bahwa “Pelaku usaha periklanan bertanggungjawab atas iklan dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.”

Dengan adanya latar belakang seperti yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan dan mendalami penelitian dengan judul :
“TANGGUNG JAWAB PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN *ENDORSE* OLEH SELEBRITI INSTAGRAM DALAM RANGKA MEMBERIKAN PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN”.

¹¹ Morissan, 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm. 1.

B. Rumusan Masalah

Pada hakikatnya sebelum menentukan judul dari suatu penelitian terlebih dahulu, dimana masalah pada dasarnya adalah suatu proses yang mengalami halangan dalam mencapai tujuannya, maka harus dipecahkan untuk mencapai tujuan penelitian.¹²

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah-masalah yang akan diteliti, sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan para pihak dalam perjanjian *endorse* oleh selebriti instagram dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen?
2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban para pihak dalam perjanjian *endorse* oleh selebriti instagram dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian harus dinyatakan dengan jelas dan ringkas, karena hal yang demikian dapat memberikan arah pada penelitian.¹³ Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kedudukan para pihak dalam perjanjian *endorse* ketika konsumen mengalami kerugian.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk pertanggungjawaban hukum yang relevan dari para pihak guna melindungi hak serta kepentingan konsumen.

¹² Soerjono Soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, hlm. 109.

¹³ Bambang Soegono, 1996, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta, Raja Grafindo, hlm.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan proposal ini juga diharapkan bermanfaat untuk berbagai hal diantaranya:

1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritis dalam pengembangan ilmu hukum khususnya dalam bidang hukum perlindungan konsumen.
- b. Pembahasan terkait masalah-masalah dalam penulisan ini diharapkan dapat memperkaya wawasan pemikiran akademisi dalam bidang hukum perlindungan konsumen khususnya pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana bentuk pertanggungjawaban para pihak dalam perjanjian *endorse* oleh selebriti instagram dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan pengetahuan kepada pembaca terutama kepada mereka yang terlibat dalam perjanjian mengenai siapa dan bagaimana menjelaskan kerugian konsumen akibat dari kegiatan atau perjanjian *endorse*.
- b. Menyediakan informasi kepada publik bahwa dalam kasus hubungan bisnis dengan konsumen mereka diatur oleh hukum positif, sehingga penerapan hukum tersebut akan menuntut bahwa hukum tersebut sah dan bahwa jika dilanggar mereka akan dituntut sebagaimana adanya.

E. Metode Penelitian

Penelitian dalam ilmu hukum adalah keseluruhan aktivitas berdasarkan disiplin ilmiah untuk mengumpulkan, mengklasifikasi, menganalisis dan menginterpretasikan fakta serta hubungan di lapangan hukum dan dilapangan lain-lain yang relevan bagi kehidupan hukum, dan berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dapat dikembangkan Prinsip-prinsip ilmu pengetahuan dan cara-cara ilmiah untuk menanggapi berbagai fakta dan hubungan tersebut.¹⁴

L. Morris Cohen sebagaimana dikutip oleh Zainuddin Ali, mendefinisikan penelitian hukum sebagai segala aktivitas seorang untuk menjawab segala permasalahan hukum yang bersifat akademik dan praktis, baik yang bersifat asas-asas hukum, norma-norma hukum yang hidup dan berkembang dalam masyarakat, maupun yang berkenaan dengan kenyataan hukum dalam masyarakat.¹⁵ Adapun metode penelitian terbagi pula atas beberapa bagian, yakni sebagai berikut:

1. Pendekatan Masalah

Pada pendekatan masalah ini akan menggunakan metode yuridis normatif yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.¹⁶

Pendekatan secara yuridis dalam penelitian ini adalah pendekatan dari segi peraturan perundang-undangan salah satunya mengenai perjanjian maupun perlindungan konsumen. Sedangkan, pendekatan normatif dalam hal ini dimaksudkan sebagai usaha mendekatkan masalah yang diteliti dengan sifat

¹⁴ Teuku Mohammad Radhie, 1974, *Penelitian Hukum dalam Pembinaan dan Pembaharuan Hukum Nasional*, Jakarta, BPHN Departemen Kehakiman, hlm 14.

¹⁵ Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 19.

¹⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2012, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, Raja Grafindo Pustaka, hlm. 14.

hukum yang normatif. Pendekatan normatif itu meliputi asas-asas hukum, sistematika hukum, penyesuaian hukum, perbandingan hukum atau sejarah hukum.¹⁷

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dimana menggambarkan suatu kondisi hukum sebagai suatu kondisi yang dinyatakan sebagai masalah hukum dan pengembangan dengan memberikan penafsiran yang berasal dari pemikiran otentik penulis yang nantinya akan dituangkan.¹⁸

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lektur dan dokumen, yang merupakan hasil riset dan pemrosesan orang lain, yang sudah tersedia dalam bentuk buku atau dokumen yang biasanya disediakan di perpustakaan atau milik pribadi, seperti data yang diperoleh dari beberapa lektur dan undang-undang.

Dalam penelitian hukum, peneliti akan memakai data sekunder. Data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.²⁰ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer ialah bahan hukum yang mempunyai otoritas (*authority*), yang artinya mengikat.¹⁹ Mencakup:

1) UU Dasar 1945;

¹⁷ Hilman Hadikusuma, 2013, *Metode Pembuatan Kertas Kerja Atau Skripsi Ilmu Hukum*, Bandung, Bandar Maju, hlm, 60.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 21.

¹⁹ Dyah Ochtorina dan A'an Efendi, 2014, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 52.

- 2) Kitab UU Hukum Perdata;
- 3) Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- 4) Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 5) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan;
- 6) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran;
- 7) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder ialah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan memiliki hubungan dengan bahan hukum primer dan dapat pula digunakan untuk memahami bahan hukum primer yang ada.²⁰ Seperti jurnal-jurnal hukum, hasil seminar, makalah-makalah dari pakar hukum, hasil-hasil penelitian, serta penelusuran informasi melalui internet.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang berupa petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus dan ensiklopedia.²¹

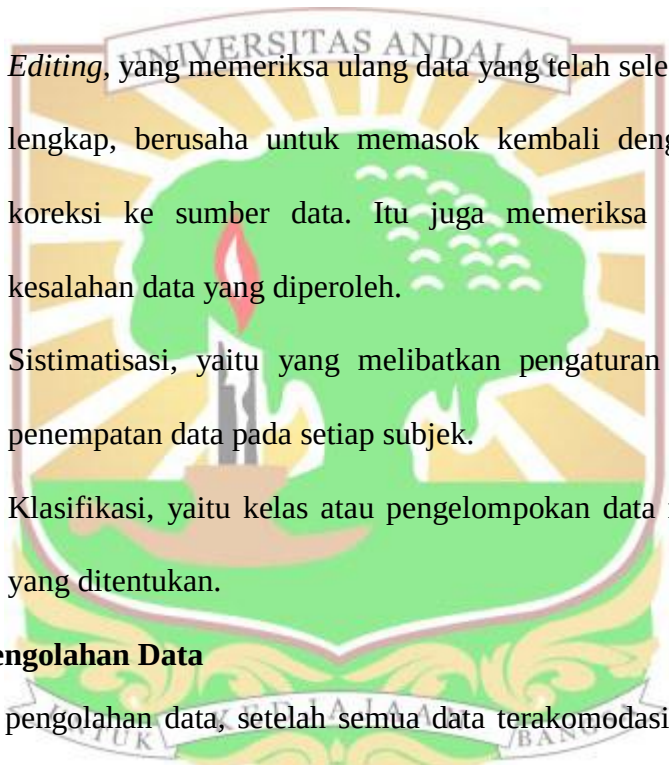
²⁰ Soerjono Soekanto, *Op.cit.*, hlm 52.

²¹ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Op.cit*, hlm 32.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan Data dalam penelitian ini mencakup penelitian perpustakaan, yaitu, membaca, mengutip buku atau referensi dan mempelajari peraturan perundang-undangan, dokumen dan informasi lain yang disajikan dalam skripsi.

Data yang telah dikumpulkan kemudian akan ditangani dengan cara sebagai berikut :

- 
- a. *Editing*, yang memeriksa ulang data yang telah selesai, ketika tidak lengkap, berusaha untuk memasok kembali dengan mengulang koreksi ke sumber data. Itu juga memeriksa kesalahan atau kesalahan data yang diperoleh.
 - b. Sistimatisasi, yaitu yang melibatkan pengaturan sistematis dan penempatan data pada setiap subjek.
 - c. Klasifikasi, yaitu kelas atau pengelompokan data menurut subjek yang ditentukan.

5. Pengolahan Data

Dalam pengolahan data, setelah semua data terakomodasi dari penelitian kepustakaan, selanjutnya dapat dilakukan abstraksi data, yaitu mencari data yang berkaitan dengan apa yang menjadi objek penelitian ini.

6. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif terhadap data hukum sekunder maupun data primer serta tidak menggunakan angka-angka maupun rumus statistika. Dari data yang sudah dikumpulkan dan diolah tersebut. Dari data

yang sudah penulis dikumpulkan dan diolah tersebut, maka selanjutnya data tersebut digunakan untuk merumuskan kesimpulan penelitian ini.

Berdasarkan pendapat diatas, studi ini dimaksudkan untuk menggambarkan kondisi-kondisi yang berhubungan dengan perjanjian melalui media sosial dan tanggung jawab mereka yang melindungi hak-hak konsumen produk *endorse*.

