

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi menurut Miarso adalah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem.<sup>1</sup> Berdasarkan definisi ini secara umum dapat diartikan bahwa teknologi adalah keseluruhan metode dan proses yang menggunakan atau menghasilkan suatu produk yang memiliki efisiensi dalam setiap bidang kegiatan manusia.

Teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi dan pengelolaan informasi. Sedangkan Teknologi komunikasi adalah segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Teknologi Informasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan yaitu segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan transfer/pemindahan informasi antar media.<sup>2</sup>

Teknologi dan informasi di Indonesia dari waktu ke waktu semakin

---

<sup>1</sup> Miarso, *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*, Pustekom Diknas, Jakarta, 2007, hlm. 62.

<sup>2</sup> <https://ahmadzaktyti.blogspot.com/2017/09/perkembangan-teknologi-informasi.html>, diakses pada 20 Januari 2020, pada pukul 20.15 WIB

berkembang pesat, hal tersebut memberikan kemudahan seperti berkomunikasi menjadi lebih mudah dan cepat, memudahkan akses informasi, mempersingkat waktu dan memangkas biaya, serta proses perdagangan dapat dilakukan secara elektronik yang didominasi oleh perdagangan melalui media sosial. Hal ini diperkuat karena dalam Pasal 28C Ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 menyebutkan “Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia.” Dengan adanya kemajuan dibidang teknologi dan informasi, sebagian besar masyarakat saat ini lebih memilih untuk berbelanja melalui internet, karena dianggap lebih praktis dan tidak perlu menguras energi jika dibandingkan dengan berbelanja langsung di pasar, mall dan toko-toko kelontong dan lain sebagainya. Hal ini juga disebabkan munculnya berbagai aplikasi khusus untuk berbelanja online seperti Shopee, tokopedia, buka lapak, blibli, dan lain-lain yang menawarkan berbagai promosi menarik seperti potongan harga dan gratis ongkos kirim.

Perdagangan elektronik dalam istilah Bahasa Inggris disebut *electronic commerce* atau yang dikenal dengan *e-commerce*. Definisi perdagangan melalui sistem elektronik terdapat dalam Pasal 1 angka 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan yang berbunyi “perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur

elektronik”. Hakikatnya secara hukum, transaksi perdagangan elektronik itu sama dengan transaksi pada umumnya yaitu diikat dalam hukum perikatan. Perikatan adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban memenuhi tuntutan itu.<sup>3</sup>

Dalam melakukan kegiatan usaha perdagangan elektronik memunculkan suatu teknik marketing baru yaitu teknik *endorsement*. *Endorsement* adalah kegiatan memanfaatkan seorang artis, *entertainer*, atlet dan *public figure* yang mana banyak diketahui oleh orang banyak untuk keberhasilan di bidangnya masing-masing dari bidang yang didukung.<sup>4</sup> *Endorsement* yang dilakukan oleh artis merupakan kegiatan promosi dari barang-barang *online shop*. Berdasarkan Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat dengan UUPK) dijelaskan bahwa “Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan”.

Kegiatan *endorsement* pada perdagangan elektronik ini dilakukan dalam media sosial salah satunya *instagram*. Kegiatan *endorsement* tersebut berbeda dengan iklan pada umumnya karna *endorsement* dilakukan oleh para *public figure* yang memiliki banyak penggemar atau *followers* (pengikut) di media sosial *instagram*, misalnya artis, *selebgram*,

---

<sup>3</sup> R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 1.

<sup>4</sup> Terence A Shimp, 2003, *Periklanan Promosi ( Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu )*, Jakarta: Erlangga, hlm. 212.

*youtuber, vlogger, beautyblogger, influencer* atau orang yang berpengaruh beda dengan bintang iklan yang bisa di promosikan oleh artis maupun orang biasa yang di *casting* untuk memerankan suatu iklan. Kegiatan *endorsement* pada media sosial *instagram* berdasarkan testimoni bukan iklan yang di konsep sedemikian rupa bersama bintang iklan. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan artis adalah ahli seni; seniman; seniwati (seperti penyanyi, pemain film, pelukis, pemain drama).<sup>5</sup>

Pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara pihak pelaku usaha dengan artis hanya dilakukan melalui media sosial seperti *whatsapp, line, email* dan *direct message* (pesan langsung) di *instagram*. Ketika para pihak sudah sepakat dengan isi perjanjian, maka kedua belah pihak harus melaksanakan isi perjanjian tersebut. Artis atau *endoser* melaksanakan promosi produk dengan testimoni mengunggah foto produk milik pelaku usaha ke akun *instagram* pribadinya sesuai review kejujuran dan si pelaku usaha membayar jasa tersebut sesuai dengan kesepakatan.

Presepsi konsumen terhadap suatu produk sangat berpengaruh untuk membentuk keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Pengaruh *endorsement* ini tergantung pada seberapa besar artis yang mempromosikan tersebut memiliki pengaruh didalam masyarakat dalam hal ini konsumen. Perjanjian *endorsement* belum diatur secara khusus didalam peraturan Perundang-undangan. Pelaksanaan *e-commerce* pada satu sisi mendatangkan keuntungan bagi masyarakat, karena memberikan

---

<sup>5</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia

kemudahan-kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas. Walaupun demikian pelaksanaan *e-commerce* pada sisi lain juga memicu lahirnya berbagai permasalahan.

UUPK telah mengatur hal-hal apa saja yang tidak boleh dilakukan oleh para pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 8 Ayat (1) huruf f menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”.

Namun pelaku usaha masih banyak yang tidak mengindahkan isi pasal ini dimana barang yang diperdagangkan tidak sesuai dengan yang di promosikan oleh artis di *instagram*.

Pelaku usaha juga dilarang melakukan hal-hal yang diatur dalam Pasal 9 Ayat (1) huruf j, yaitu :

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah: menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko, atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap”.

Pada Ayat (2) menyatakan bahwa:

“Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan”.

Diperkuat lagi dalam Ayat (3) yang menyatakan bahwa :

“pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut”.

Didalam Pasal 10 juga dijelaskan bahwa :

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan,

mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Menurut rumusan pasal di atas menjelaskan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan tidak benar mengenai kegunaan suatu barang dan/atau jasa yang disebutkan pada poin b Menjelaskan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan tidak benar mengenai kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa yang disebutkan pada poin c.

Sesuai dengan UUPK diatas bahwa telah nyata mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha namun faktanya yang terjadi baik pelaku usaha dan artis *endorse* malah sering memberikan kerugian kepada konsumen. Permasalahan muncul karena tidak semua artis *endorse* berhati-hati dan waspada dalam memilih produk yang akan mereka promosikan, sementara itu pengetahuan masyarakat awam masih belum memadai untuk dapat memilih, menggunakan dan atau membeli produk yang aman dan tepat, sehingga konsumen akan dirugikan jika ada promosi yang dilakukan oleh seorang yang dipercaya dalam hal ini idola/artis *endorse* tersebut yang ternyata tidak sesuai dengan deskripsi atau ulasan dan bahkan berbahaya bagi konsumen.

Tahun 2018 produk kosmetik dari Derma Skin Care yang telah di *endorse* oleh artis-artis ternama seperti Via Valen, Nia Ramadhani dan lain-lain yang diketahui bahwa produk tersebut tidak memiliki izin dari Badan Pemeriksa Obat dan Makanan (BPOM). Artis-artis tersebut mempromosikan produk Derma Skin Care dengan sedemikian rupa sehingga menarik minat konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut, namun nyata nya produk yang di promosikan merupakan kosmetik ilegal yang tidak memiliki izin dari BPOM.<sup>6</sup> Kasus endorse yang merugikan konsumen lainnya yaitu kasus yang menjerat artis Syahrini dan artis-artis lainnya dalam kasus penipuan biro perjalanan umrah *First Travel*. Syahrini diminta oleh pihak *first travel* untuk mengunggah foto dan video perjalanan umrahnya yang menggunakan jasa *first travel*. Konsumen tertarik untuk menggunakan jasa *first travel* karena biaya yang lebih terjangkau dan banyak artis ternama selain syahrini yang telah mempromosikan jasa *first travel*. Namun ternyata banyak konsumen yang ditipu karena tidak jadi diberangkatkan umrah.<sup>7</sup> Kasus *endorsement* berikutnya yaitu kasus *carding* atau pembobolan kartu kredit yang dilakukan oleh sebuah biro perjalanan dengan mengendorse selebgram Awkarin, Ruth Steffani, serta artis Gisella Anastasia hingga Tyas Mirasih dan artis lainnya.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> <https://www.grid.id/read/041280528/endorse-dan-pakai-kosmetik-ilegal-via-vallen-diperiksa-selama-6-jam> Diakses pada 07 Desember 2020 Pukul 16.00 WIB

<sup>7</sup> <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180402132400-12-287559/syahrini-klaim-sudah-umrahkan-20-korban-first-travel> Diakses pada 07 Desember 2020 Pukul 17.18 WIB

<sup>8</sup> <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/09/094730966/berawal-dari-endorsement-artis-artis-yang-terjerat-kasus-carding?page=all> Diakses pada 07 Desember 2020 Pukul 20.13 WIB

Kasus-kasus *endorsement* yang demikian merugikan konsumen tidak hanya dari pelaku usahanya saja melainkan dari si artis atau *endorser* juga terlibat. Konsumen tertarik membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa karena promosi dari mereka yang memberikan testimoni berlebihan seolah-olah barang tersebut memang bagus dan memang mereka gunakan padahal belum tentu begitu adanya. Faktanya mereka hanya mempromosikan tanpa menggunakan prinsip kehati-hatian dan prinsip kejujuran atau *honest review* dengan menyampaikan kalimat-kalimat improvisasi yang berlebihan bahwa produk tersebut asli dan mereka gunakan hanya karena iming-iming imbalan yang menggiurkan, maka secara tidak langsung artis atau *endorser* yang berperilaku seperti tersebut juga ikut bertanggungjawab terhadap kerugian yang dialami konsumen. Masalahnya selama ini artis, *selebgram* atau *endorser* yang terlibat kasus *endorsement* sering kali dipanggil hanya sebagai saksi.

Berdasarkan UUPK dapat diketahui bahwa yang bisa dituntut untuk pertanggung jawaban dalam kerugian yang dialami konsumen hanya pelaku usaha, maka pertanggung jawaban artis terhadap kerugian konsumen dalam *endorsement* ini hanya bisa sebatas perbuatan melawan hukum saja seperti yang dijelaskan dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perlindungan bagi warga negara sebagai individu maupun kelompok merupakan sisi yang penting untuk mewujudkan kesejahteraan, karena tanpa adanya perlindungan yang menimbulkan rasa

aman bagi rakyat tidak mungkin tercapai suatu kesejahteraan bagi masyarakat.<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka perlu dilakukan suatu penelitian dan disusun sebagai karya tulis ilmiah dengan judul :  
**“TANGGUNG JAWAB ARTIS *ENDORSE* TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN DALAM KEGIATAN *ENDORSEMENT* MELALUI AKUN *INSTAGRAM*”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, yang menjadi pokok permasalahan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam kegiatan *endorsement* oleh artis melalui akun *instagram*?
2. Bagaimanakah pertanggungjawaban artis yang melakukan *endorsement* melalui akun *instagram* terhadap konsumen yang dirugikan?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen akibat *endorsement* artis melalui akun *instagram*.
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban artis yang melakukan *endorsement* melalui akun *instagram* terhadap konsumen yang dirugikan.

---

<sup>9</sup> Taufik Simatupang, *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 62.

## D. Manfaat Penelitian

Sehubungan dengan hal-hal tersebut di atas maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dari segi teoritis maupun segi praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Dari hasil penelitian ini, dapat diharapkan akan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada hukumnya, khususnya pada bidang hukum perdata, khususnya dibidang hukum perlindungan konsumen yaitu mengenai *endorsement* oleh artis di *instagram*.
- b. Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi mengenai hukum perlindungan konsumen terhadap konsumen akibat *endorsement* artis di *instagram*.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Dari hasil penelitian ini, dapat diharapkan memberikan masukan bagi pemerintah dalam mempertimbangkan untuk membuat kebijakan khusus mengenai *endorsement* itu sendiri.
- b. Dari hasil penelitian ini, dapat diharapkan memberikan informasi dan pemahaman bagi masyarakat mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen akibat *endorsement* artis di *instagram*.

## E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni. Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan

kontruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten. Metodologis berarti sesuai dengan metode atau cara tertentu; sistematis adalah berdasarkan suatu sistem, sedangkan konsisten berarti tidak adanya hal-hal yang bertentangan dalam suatu kerangka tertentu.<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini, metode yang penulis gunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Pendekatan Masalah**

Metode pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif, yakni penelitian dengan cara meneliti dan membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum.<sup>11</sup> Penulis menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu pendekatan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>12</sup>

### **2. Sifat Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk

---

<sup>10</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta, 2006 hlm. 42.

<sup>11</sup> Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2018, hlm. 24.

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto & Siti Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001, hlm.13-14.

menentukan penyeberana suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam.<sup>13</sup> Yaitu mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen akibat *endorsement* artis melalui akun *instagram*.

### 3. Sumber dan Jenis Data

#### a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dengan melakukan kajian pustaka (Librabry Research) seperti buku-buku ilmiah hasil penelitian dan sebagainya.<sup>14</sup> Penelitian kepustakaan ini dapat dilakukan pada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas, Perpustakaan Pusat Universitas Andalas, Perpustakaan Daerah Sumatera Barat, serta literatur dan media internet.

#### b. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku, skripsi dan peraturan perundang-undangan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- a) Bahan hukum primer, bahan hukum primer adalah bahan-bahan yang mengikat yang terdiri dari peraturan

---

<sup>13</sup> Nomensen Sinamo, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, PT.Bumi Grafika, 2009, hlm. 30.

<sup>14</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, PT.Hanindita, Yogyakarta, 1983, hlm.56.

perundang-undangan terkait dengan objek penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
4. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
5. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b) Bahan hukum sekunder, adalah bahan hukum buku-buku, tulisan-tulisan ilmiah hukum yang terkait dengan objek penelitian, terdiri atas:

1. Berbagai literatur mengenai objek penelitian
2. Hasil penelitian-penelitian sebelumnya
3. Pendapat ahli hukum atau teori-teori

c) Bahan Hukum Tersier, yaitu petunjuk atau penjelasan mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus, ensiklopedia, majalah, surat kabar, dan sebagainya.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

##### a. Studi dokumen

Studi dokumen merupakan bahan-bahan penelitian kepustakaan maupun penelitian lapangan melalui dokumen dengan cara mengumpulkan dan mempelajari sumber seperti literatur, artikel ilmiah, hasil penelitian, dan peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan pokok permasalahan.

##### b. Wawancara

Wawancara merupakan cara memperoleh data melalui lisan dengan Tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber (responden). Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak terkait.

#### 5. Pengelohan dan Analisis Data

##### a. Pengolahan Data

Setelah melakukan pengumpulan data selanjutnya ditentukan materi-materi apa saja yang diperlukan sebagai bagian penulisan.

Melalui proses :

- 1) Pengeditan seluruh data (*Editing*) dengan tujuan untuk memeriksa kekurangan yang mungkin ditemukan agar

benar-benar dapat dijadikan suatu acuan akurat dalam penarikan kesimpulan nantinya.

- 2) Pengklasifikasian data menurut kriteria (*Coding*) yang ditetapkan dengan tujuan untuk memudahkan analisis data yang dilakukan.

### **b. Analisis Data**

Setelah pengolahan data selesai, maka tahap selanjutnya adalah analisis data. Analisis data menggunakan pendekatan kualitatif, yakni penulis akan mempelajari hasil penelitian dari data sekunder yang kemudian dijabarkan dalam bentuk kalimat yang disusun secara sistematis. Semua data yang sudah terkumpul dan diperoleh dianalisa lagi sedemikian rinci agar dapat menguraikan masalah-masalah yang menjadi objek penelitian kedalam bentuk kalimat-kalimat yang padu dan jelas untuk dipahami.

