

Id : 15788

Call Number : 346.073 WUL D

Judul : Dampak pernyataan yang berpotensi menyesatkan pada iklan niaga bagi konsumen ditinjau dari Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen / oleh Dwi Deila Wulandari

Pengarang : WULANDARI, DWI DEILA

Nim : 205070037

Kota : Jakarta

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : xii, 181 hal. bibli. lamp. 27 cm

Pembimbing : 1.KANSIL, CHRISTINE S.T.

Bidang : 1.Hukum

Subjek : 1.PERLINDUNGAN KONSUMEN

Abstrak : abstrak (A) Nama: Dwi Deila Wulandari (NIM: 205070039). (B) Judul Skripsi: Dampak Pernyataan yang Berpotensi Menyesatkan pada Iklan Niaga bagi Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (C) Halaman: xii + 181 + 22 + 2010. (D) Kata Kunci: Dampak Pernyataan Menyesatkan, Iklan Niaga, Konsumen. (E) Isi: Iklan berpotensi menyesatkan konsumen ketika informasi yang disampaikan pelaku usaha periklanan keliru, salah dan tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa. Pernyataan pada iklan Milkita yaitu ?7 permen susu Milkita = 1 gelas susu berkalsium tinggi? atau ?2 permen lolipop Milkita = 1 gelas susu?, melanggar EPI Bab III A No. 1.19.3. bahwa perbandingan tak langsung harus didasarkan pada kriteria yang tidak menyesatkan, dengan demikian iklan ini melanggar Pasal 17 Ayat (1) Huruf (f) UUPK yang mengakui keberadaan EPI. Bagaimana dampak pernyataan yang berpotensi menyesatkan pada iklan niaga bagi konsumen ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? Penulis meneliti masalah tersebut dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disertai wawancara dengan para pihak terkait. Iklan Milkita ini berfungsi memberikan informasi, mempersuasi dan mengingatkan konsumen, namun karena iklan ini sengaja memberikan perbandingan yang menyesatkan antara permen Milkita dan susu maka iklan Milkita dapat dikategorikan sebagai fraudulent misrepresentation. Iklan ini tidak sesuai dengan asas EPI dan UUPK.

Data penelitian dan analisis memperlihatkan dampak yang ditimbulkan yaitu kesalahan persepsi konsumen, motivasi dan sikap konsumen didasarkan pada informasi yang keliru, kebiasaan konsumen untuk mengkonsumsi permen tersebut secara teratur akan mengganggu kesehatannya, edukasi yang salah tentang manfaat permen Milkita akan terus mempengaruhinya dan secara finansial konsumen telah mengeluarkan uang dengan sia-sia. Sebaiknya pemerintah membuat undang-undang tentang periklanan sebagai standarisasi dalam dunia periklanan agar tercipta kepastian hukum bagi para pihak. (F) Acuan: 45 (1986-2010). (G) Pembimbing Christine S.T. Kansil, S.H., M.H. (H) Penulis Dwi Deila Wulandari