

ABSTRAK

VANESSA

1501040030

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP INFORMASI IKLAN BARANG YANG MENYESATKAN

(xiv + 63 halaman; 15 gambar; 1 lampiran)

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa ada tidaknya ditemukan iklan yang menyesatkan tersebut, untuk mengetahui dan menganalisa pelaksanaan pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen dari informasi iklan barang yang menyesatkan, dan untuk mengetahui dan menganalisa tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami akibat informasi iklan barang yang menyesatkan.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Pelaku usaha membuat iklan agar produk tersebut dikenal masyarakat, tetapi dalam iklan tersebut berisi informasi yang menyesatkan sehingga perlindungan hukum bagi konsumen terhadap informasi iklan barang yang menyesatkan merupakan hal yang penting. Hasil penelitian menunjukkan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap informasi iklan barang yang menyesatkan belum baik karena 20 dari 30 responden yang artinya 67% mengatakan masih ada pelaku usaha yang memberikan informasi iklan yang tidak benar terhadap produk tersebut dan 10 dari 30 responden yang artinya 33% mengatakan masih ada masyarakat yang tertipu dengan iklan yang dibuat oleh pelaku usaha. Pelaku usaha seharusnya memberikan tanggung jawab kepada konsumen yang dirugikan akibat dari informasi iklan barang yang menyesatkan. Pelaku usaha dapat memberi pengembalian uang ataupun dengan cara menukar produk tersebut dengan produk baru, sehingga konsumen tidak dirugikan atas informasi iklan barang yang menyesatkan tersebut. Akan tetapi, jika dilihat dari hasil penelitian, pelaku usaha tidak memberikan tanggung jawab apapun kepada konsumen yang dirugikan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan 30 orang dari 30 orang(100%) mengatakan tidak ada tanggung jawab apapun dari pelaku usaha. Tidak ada tanggung jawab yang diberikan pelaku

usaha menyebabkan konsumen tidak akan membeli lagi produk tersebut karena sudah merasa kecewa

Kata kunci: perlindungan hukum, konsumen, informasi iklan, tanggung jawab, pelaku usaha

Referensi: 4

