

4

LAPORAN PENELITIAN

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA PERIKLANAN
UNTUK MENJAMIN KEBENARAN INFORMASI DALAM IKLAN PRODUKNYA
SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Oleh :
**Hj. Renny Supriyatni SH.MH.
Hj. Eidy Sandra, SH.MH.
Muhamad Amirulloh, SH.**

**Dibiayai oleh Dana DIPA Universitas Padjadjaran
Tahun Anggaran 2007
No. SPK : 260 A/J06.14/LP/PL/2007
Tanggal : 3 April 2007**

**LEMBAGA PENELITIAN
UNIVERSITAS PADJADJARAN**



**PUSAT PENELITIAN PERKEMBANGAN HUKUM DAN DINAMIKA SOSIAL
UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
NOVEMBER
2007**

4

LAPORAN PENELITIAN

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA PERIKLANAN UNTUK MENJAMIN KEBENARAN INFORMASI DALAM IKLAN PRODUKNYA SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh :
Hj. Renny Supriyatni SH.MH.
Hj. Eidy Sandra, SH.MH.
Muhamad Amirulloh, SH.

Dibiayai oleh Dana DIPA Universitas Padjadjaran
Tahun Anggaran 2007

No. SPK : 260 A/J06.14/LP/PL/2007
Tanggal : 3 April 2007

LEMBAGA PENELITIAN
UNIVERSITAS PADJADJARAN



PUSAT PENELITIAN PERKEMBANGAN HUKUM DAN DINAMIKA SOSIAL
UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
NOVEMBER
2007

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

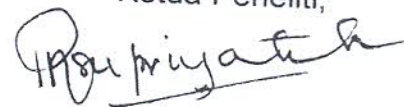
1. a. Judul penelitian	TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA PERIKLANAN UNTUK MENJAMIN KEBENARAN INFORMASI DALAM IKLAN PRODUKNYA SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN
b. Bidang Ilmu	Hukum
c. Kategori Penelitian	II
2. Sumber Dana	Dibiayai oleh Dana DIPA Universitas Padjadjaran Tahun Anggaran 2007 Berdasarkan SK No. 260 A/J06.14/LP/PL/2007 Tgl. 3 April 2007.
3. Ketua Peneliti a. Nama Lengkap dan Gelar b. Jenis Kelamin c. Gol/Pangkat/NIP d. Jabatan Fungsional e. Jabatan Struktural f. Fakultas/Jurusan g. Pusat Penelitian	Hj. Renny Supriyatni, SH.MH. Perempuan IV a /Penata Tk.I/132 045 486 Lektor Kepala -- Hukum/Hukum Keperdataan Puslitbangkumdinsos
4. Jumlah Anggota Peneliti a. Nama Anggota Peneliti I b. Nama Anggota Peneliti II	2 (dua) orang Hj. Eidy Sandra, SH.MH Muhamad Amirulloh. SH.
5. Lokasi Penelitian	Bandung dan Jakarta
6. Kerjasama dengan institusi a. Nama Institusi b. Alamat c. Telepon/Faks/E-mail lain	-- -- --
7. Lama Penelitian	8 (delapan) bulan
8. Biaya yang diperlukan	Rp. 5.000.000,00 (Lima Juta Rupiah)

Mengetahui :
Kepala Puslitbangkum & Dinamika Sosial UNPAD


DR. Supraba Sekarwati W., SH.CN.
NIP. 131 558 515



Bandung, November 2007
Ketua Peneliti,


Hj. Renny Supriyatni, SH.MH.
NIP. 132 045 486

Menyetujui :
Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Padjadjaran,

Prof. Dr. Johan Masjhur, dr, SpPd, SpKN
NIP. 130 256 894



**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA PERIKLANAN
UNTUK MENJAMIN KEBENARAN INFORMASI DALAM IKLAN PRODUKNYA
SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN**

ABSTRAK

Teknologi yang terus berkembang dari waktu ke waktu, semakin mempermudah proses produksi barang-barang industri, barang dan / jasa. Salah satu upaya yang mendukung percepatan pemasaran produk tersebut adalah dengan menginformasikannya lewat iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah hukum positif mengatur tanggungjawab pelaku usaha periklanan, tindakan hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila dirugikan, dan tanggung jawab pelaku usaha periklanan.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif analitis dengan pendekatan yuridis normatif. Data diperoleh dari penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan, dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Bandung dan Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: **Pertama**, Hukum Positif telah mengatur ketentuan tanggungjawab pelaku usaha periklanan, namun belum memadai. **Kedua**, Konsumen yang mengalami kerugian dapat melakukan tindakan hukum, melalui: Organisasi Konsumen; dan melalui Peraturan perundang-undangan. **Ketiga**, Tanggung jawab pelaku usaha periklanan terhadap konsumen yang dirugikan adalah menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict Liability*) dan beban pembuktian terbalik.

(Kata-kata kunci: Iklan, Produk, Perlindungan Konsumen, sengketa, dan Tanggung jawab).

**RESPONSIBILITY OF THE ADVERTISING ACTIVIST TO GUARANTEE
THE TRUTHFUL INFORMATION IN ITS ADVERTISING PRODUCT
AS AN EFFORT IN PROTECTING CONSUMER**

Abstract

The development of technology from time to time, has easily made the process of industrial production, material and / contributiveness. One of effort that supports to fasten the product marketing is by informing it through advertisement. The aim of this research to acknowledge how the positive law in coordinating responsibility of the advertising activist, the act of law can be done by the lost consumer, and responsibility of the advertising activist.

This research is an analytical descriptive research by normative juridical approach. The data is gained from bibliographical research and observing research, further more it is analyzed qualitatively. This research was done in Bandung and Jakarta.

The result proved that: First, Positive law has coordinated the principal of the activist of advertising's responsibility, but had not been adequate. Second, the lost consumer can do the act of regulation by: Consumer organization; and by constitution. Third, the activist of advertising's responsibility upon the lost consumer is to absorb the principal of strict liability and "lex ipso requitor".

(Keywords: Advertisement, Product, Protection of Consumer, Dispute, and Responsibility).

