

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA
SUPERLATIF YANG MENYESATKAN DALAM IKLAN SHOPEE DI
MEDIA ELEKTRONIK**

RADITYA APTA WIDYATNA

183112330050213



PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

UNIVERSITAS NASIONAL

2024

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA
SUPERLATIF YANG MENYESATKAN DALAM IKLAN SHOPEE DI
MEDIA ELEKTRONIK**

**RADITYA APTA WIDYATNA
183112330050213**

**Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum**



**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024

**CONSUMER PROTECTION RELATED TO THE USE OF MISLEADING
SUPERLATIVES IN SHOPEE ADS ON ELECTRONIC MEDIA**

RADITYA APTA WIDYATNA

183112330050213

This thesis is submitted as one of the requirements for obtaining a degree



Bachelor of Law

BACHELOR PROGRAM

LAW STUDIES PROGRAM

UNIVERSITAS NASIONAL

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA
SUPERLATIF YANG MENYESATKAN DALAM IKLAN SHOPEE DI MEDIA
ELEKTRONIK

Skripsi ini telah kami setuju untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Program
Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Nasional

Jakarta, 12 Februari 2024

Mengetahui,

Dekan,

Pembimbing,



The image shows two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is more complex and stylized, while the one on the right is more fluid and cursive. Both are positioned over the bottom part of the university's logo.

Prof. Dr. Basuki Rekso Wibowo, S.H., M.S. Cucuk Endratno, S.H., M.H.

TANDA PENGESAHAN DAN PENILAIAN SKRIPSI

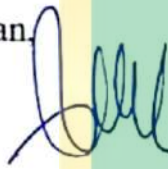
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA SUPERLATIF YANG MENYESATKAN DALAM IKLAN SHOPEE DI MEDIA ELEKTRONIK.**

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan tim Penguji pada tanggal 27 Februari 2024 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai B+ dan predikat sangat memuaskan.

Jakarta, 19 Maret 2024

Mengetahui,

Dekan,



(Prof. Dr. Basuki Rekso Wibowo.,S.H.,MS.)

Pembimbing,



(Cucuk Endratno.,S.H.,MH)

Tim Penguji



(Devarita.,S.H.,MH)



(Dr. Afnaini.,S.H.,Msi.)



(Cucuk Endratno.,S.H.,MH)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Raditya Apta Widyatna
Npm : 183112330050213
Program Studi : Ilmu Hukum

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dengan judul : **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA SUPERLATIF YANG MENYESATKAN PADA IKLAN SHOPEE DI MEDIA ELEKTRONIK** adalah karya saya sendiri belum pernah di publikasikan. Semua data yang saya gunakan dalam skripsi ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan dan orisinil. Bila kemudian hari terbukti penelitian ini plagiat maka saya bersedia bertanggung jawab sesuai aturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari siapa pun.

Jakarta, 12 Februari 2024



Raditya Apta Widyatna

ABSTRAK

Program Sarjana Universitas Nasional
Program Studi Ilmu Hukum
Skripsi, 2024

- A. Nama Penulis : Raditya Apta Widyatna
B. NPM : 183112330050213
C. Judul Skripsi : PERLINDUNGAN KONSUMEN
TERKAIT PENGGUNAAN KATA
SUPERLATIF YANG MENYESATKAN
DALAM IKLAN SHOPEE DI MEDIA
ELEKTRONIK
D. Jumlah Halaman : viii halaman dan 94 halaman, 2024
E. Isi Abstrak :

Iklan yang menggunakan kata superlatif adalah salah satu bentuk iklan yang menyesatkan dalam menyampaikan informasi mengenai barang dan jasa dari pelaku usaha kepada konsumen.

Maka dari itu iklan sangat membantu bagi pelaku usaha sebagai tempat untuk memperkenalkan produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Banyak pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang besar mereka membuat iklan dengan menggunakan kata-kata yang berlebihan di dalam iklan yang dibuat maka terkadang isi dari iklan tersebut tidak sesuai dengan kenyataannya. Bahkan tidak sesuai dengan produk dan jasa yang ditawarkan karena mengesankan keunggulan produk dan jasa terlalu hebat, sehingga isi dalam iklan terkesan menyesatkan bagi konsumen.

Berdasarkan hal tersebut penulis terdorong untuk membuat tulisan dengan judul **Perlindungan Konsumen Terkait Penggunaan Kata Superlatif Yang Menyesatkan Dalam Iklan Shopee DiMedia Elektronik.**

Tujuan dibuatnya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk iklan yang menyesatkan dan penyebab kerugian bagi konsumen, akibat iklan yang menyesatkan bagi konsumen, dan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen akibat iklan yang menyesatkan, jenis penelitian ini adalah normatif, sumber data penelitian ini adalah sekunder, dan alat pengumpulan data penelitian ini adalah kualitatif.

Permasalahan dari penelitian ini adalah melanggar etika yang sudah diatur dalam EPI (Etika Pariwisata Indonesia) dan juga undang-undang No 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu hak untuk mendapat informasi yang jelas, dan tanggung jawab pelaku usaha.

Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu bentuk iklan yang melanggar etika parawira Indonesia dan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Adanya lembaga perlintungi konsumen dari kerugian-kerugian yang dialami akibat iklan-iklan menyesatkan dari pelaku usaha.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen,Iklan Menyesatkan.

- F. Daftar Pustaka : 20 buku (1992-2013), 2 peraturan perundang-undangan, 7 website, 1 jurnal
G. Dosen Pembimbing : Cucuk Endratno, S.H., M.H.



ABSTRACT

National University Undergraduate Program
Legal Studies Program
Thesis, 2024

- A. Author's Name : Raditya Apta Widyatna
B. NPM : 183112330050213
C. Thesis Title : CONSUMER PROTECTION RELATED TO THE
USE OF MISLEADING SUPERLATIVES IN
SHOPEE ADS ON ELECTRONIC MEDIA
D. The number of pages : viii pages and 94 pages
E. Contents Abstract :

Advertisements that use superlative words are a form of advertising that is misleading in conveying information about goods and services from business actors to consumers.

Therefore, advertising is very helpful for business actors as a place to introduce products and services that will be offered to consumers. Many business actors, to gain large profits, create advertisements by using excessive words in the advertisements they create, so sometimes the contents of the advertisements do not match reality. In fact, it is not in accordance with the products and services offered because it gives the impression that the superiority of the product and service is too great, so that the content in the advertisement seems misleading to consumers.

Based on this, the author was encouraged to write an article entitled Consumer Protection Regarding the Misleading Use of Superlatives in Shopee Advertisements on Electronic Media.

The purpose of this research is to find out the forms of misleading advertising and the causes of harm to consumers, the consequences of misleading advertising for consumers, and to find out the form of legal protection for consumers due to misleading advertising. This type of research is normative, the data source for this research is secondary, and the data collection tool for this research is qualitative.

The problem with this research is that it violates the ethics regulated in EPI (Indonesian Advertising Ethics) and also Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, namely the right to obtain clear information, and the responsibilities of business actors.

Based on the results of this research, it is a form of advertising that violates the ethics of Indonesian military personnel and the Consumer Protection Law. There is an institution that protects consumers from losses suffered due to misleading advertisements from business actors.

Keywords: Consumer Protection, Misleading Advertising

- H. Bibliograph : 20 books (1992-2013), 2 laws, 7 websites, 1 journals
- F. Advisor : Cucuk Endratno, S.H., M.H.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur terpanjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan kenikmatan dan kesempatan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Serta shalawat serta salam penulis curahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa yang ingin menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta, sehubungan dengan ini, disusun skripsi yang berjudul **Perlindungan Konsumen Terkait Penggunaan Kata Superlatif Yang Menyesatkan Dalam Iklan Shopee Di Media Elektronik.**

Penulis sadar bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak luput dari dukungan dan bantuan, dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kepada orang tua penulis. Ayahanda Budi Susilo Utomo dan Ibunda Wina Mulya Ningrum, Adinda Wafi Ulima Sahda adik penulis, ucapan terimakasih atas doa, semangat, serta dukungannya untuk kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Rektor Universitas Nasional Jakarta.
3. Prof. Dr. Basuki Rekso Wibowo, S.H., M.S. Dekan Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta.
4. Dr. Mustakim, S.H., M.H. Wakil Dekan Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta.
5. Masidin, S.H., M.H. Kaprodi Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta.

Ketua Program Studi Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta

6. Dr. Mustakim, S.H., M.H. Dosen PA Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta.
7. Ibu Erma Defiana S.H., M.H. Dosen PK Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta.
8. Cucuk Endratno, S.H., M.H. Dosen Pembimbing Fakultas Hukum Universitas Nasional Jakarta.
9. Kepada orang terkasih Nikmatul Hasanah, terimakasih atas rasa sabar yang sudah menunggu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, serta doa, semangat, dan dukungan yang diberikan untuk penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikannya. Aamiin.

Akhir kata, penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tak luput dari kekurangan. Hal ini tak lepas karena manusia adalah tempatnya salah dan Allah SWT adalah yang maha benar. Oleh karena itu, penulis sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang membangun, semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya.

Wassalamu'aalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Struktur Organisasi	58
Gambar 2 - Logo Shopee	60
Gambar 3 - Iklan Shopee Yang Menyesatkan	71



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	4
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
D. Kerangka Teori dan Kerangka Konseptual.....	9
1. Kerangka Teori.....	9
2. Kerangka Konseptual.....	14
E. Metode Penelitian.....	16
F. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA KONSUMEN DAN IKLAN YANG MENYESATKAN.....	23
A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen.....	23
B. Tujuan Perlindungan Konsumen.....	27
C. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha.....	28
D. Hak dan Kewajiban Kosumen dan Pelaku Usaha.....	34
E. Periklanan.....	41
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA SUPERLATIF YANG MENYESATKAN DALAM IKLAN SHOPEE DI MEDIA ELEKTRONIK.....	52
A. PT. Shopee Internasional Indonesia.....	52
B. Timbulnya Iklan yang Menyesatkan Kepada Konsumen.....	65

C. Perlindungan Konsumen Terkait Penggunaan Kata Superlatif Yang Menyesatkan Dalam Iklan Shopee DiMedia Elektronik.....	71
BAB IV ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT PENGGUNAAN KATA SUPERLATIF YANG MENYESATKAN DALAM IKLAN SHOPEE DI MEDIA ELEKTRONIK.....	82
A. Bagaimanakah penggunaan kata-kata superlatif dalam iklan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.....	82
B. Bentuk Perlindungan Konsumen Akibat Iklan Menyesatkan Shopee.....	87
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
A. Buku.....	93
B. Skripsi	94
C. Undang-undang.....	94
D. Website.....	94

