

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya berupa analisis penulis dalam penulisan hukum skripsi ini. Penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik penggunaan iklan *pop-up* yang memuat informasi tidak benar oleh pelaku usaha ditinjau dari UUPK merupakan bentuk pelanggaran khususnya dalam hal periklanannya. Konsumen banyak yang mengalami kerugian atas penggunaan iklan *pop-up* tersebut, adapun bentuk dari perlindungan hukum sebelum transaksi terhadap konsumen atas kerugian yang dapat diderita atas iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar mencakup:
 - a. Pengawasan terhadap iklan *pop-up* oleh pelaku usaha;
 - b. Kewajiban patuhnya pelaku usaha yang menggunakan iklan *pop-up* kepada peraturan yang mengatur periklanan; dan
 - c. Teredukasinya konsumen agar terhindar dari iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar

Sedangkan, perlindungan hukum setelah transaksi terhadap konsumen atas kerugian yang dapat diderita atas iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar adalah:

- a. Upaya penyelesaian sengketa bagi konsumen yang dirugikan oleh iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar.
 - b. Penerapan sanksi terhadap pelaku usaha yang menggunakan iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar.
2. Bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar dalam media elektronik sehingga tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan sebelumnya oleh pelaku usaha. Maka konsumen dapat meminta ganti rugi kepada pelaku usaha tersebut. Adapun bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen dibagi 2 (dua), yaitu tanggung jawab kontraktual apabila terdapat hubungan langsung antara pelaku usaha dengan konsumen. Serta tanggung jawab produk bagi pelaku usaha yang tidak ada hubungan langsung

antara si pelaku usaha barang dengan konsumen, karena adanya perantara (perusahaan *online advertising* atau pemilik sarana iklan *pop-up*) yang dalam Pasal 28 UUPK khusus unsur kesalahannya dibuktikan oleh pelaku usaha, menjadikannya tanggung jawab langsung.

2. Saran

1. Pemerintah sebagai pihak regulator mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang lebih khusus mengenai penggunaan iklan *pop-up* di Indonesia, sehingga pelanggaran atas praktik iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar. Peraturan ini sangat dibutuhkan mengingat periklanan dalam media elektronik yang lebih kompleks dibandingkan periklanan secara konvensional.
2. Pemerintah, LPKSM, dan Lembaga Pendidikan mengadakan sosialisasi edukasi terhadap masyarakat luas sebagai konsumen agar tercapainya konsumen cerdas. Sehingga dikemudian hari konsumen tingkat kesadarannya lebih tinggi dan tidak dapat terhindar dari iklan *pop-up* yang berisikan informasi tidak benar.
3. Dalam praktik, masih sangat banyak pelaku usaha yang menggunakan iklan *pop-up* yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Maka dari itu khusus untuk iklan *pop-up* ataupun iklan dalam media elektronik, perlu adanya pengawasan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pengawasan tersebut dilaksanakan dengan ditambahkan tugas dan kewenangan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam melakukan pengawasan dan penindakan terhadap pelaku usaha yang menggunakan iklan *pop-up* yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam media elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 104)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 258)

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 06/M-DAG/PER/2/2017 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 291)

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 739)

Buku

Adrian Sutedi, Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2008

Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2014

A.Z. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Jakarta, Diadit Media, 2006

Celina Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta, Sinar Grafika, 2014

Djaja S. Meliala, Perkembangan Hukum Perdata Tentang Benda dan Hukum Perikatan, Bandung, Nuansa Aulia, 2015

Eli Wuria Dewi, Hukum Perlindungan Konsumen, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015

Gunawan Widjaja, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2003

Imam Sjahputra, Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik, Bandung, Alumni, 2010

Johannes Gunawan, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia dan Perdagangan Bebas (diterbitkan pada Iustrum IX Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan), Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003

Johnny Ibrahim, Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif, Surabaya, Bayu Media Publishing, 2005

Jimly Asshididique, Ideologi, Pancasila, dan Konstitusi, Jakarta, Mahkamah Konstitusi, 2007

Mieke Komar Kantaatmadja, *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, Bandung, Elips, 2002

Monle Lee & Carla Jhonson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta, Kencana, 2007

Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013

Munir Fuady, *Perbuatan Melawan Hukum Pendekatan Kontemporer*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2017

Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006

Sigit Santoso, *Creative Advertising*, Jakarta, Elex Media Komputindo Kompas Gramedia, 2009

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2009, hlm. 29.

Taufik H. Simatupang, *Aspek Hukum Periklanan*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2004

Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta, 2003

Jurnal

Angga Riandra Siregar dan Guna Yanti Kemala Sari Siregar Pahu, Pengakuan Transaksi Elektronik (E-commerce) Dalam Kerangka Hukum Perikatan Dan Kerangka Pembuktian, *Keadilan Progresif* Volume 8, Nomor 2, September, 2017

Mahir Pradana, Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia, *Jurnal Modus* Volume 27, Nomor 2, 2015

Komar Kantaatmadja, Tanggung Jawab Profesional, *Jurnal Era Hukum Tahun III* No. 10 Oktober 1996

Sumber Elektronik

Agus Sujatno, Cerdas Dan Cermat Dari Informasi Iklan,
<http://ylki.or.id/2011/08/cerdas-dan-cermat-dari-informasi-iklan/>

Arti kata “iklan”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/iklan>

Definition and Explanation of Pop-Up Ads,
<https://www.techopedia.com/definition/15480/pop-up-ad>

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Edukasi
Konsumen, <http://ditjenpktn.kemendag.go.id/edukasi-konsumen/edukasi-konsumen>.

Pendekatan KOMINFO Terhadap Pengguna Internet di Indonesia,
<https://www.kominfo.go.id/content/all/artikel/ProgramKominfoInternetSehatdanAman>, diakses pada 7 April 2020.

Translasi Bahasa Inggris-Bahasa Indonesia, Kata “Pop-up”,
<https://translate.google.co.id/#view=home&op=translate&sl=en&tl=id&text=pop%20up>

Top Website Ranking in Indonesia, <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia>

Sumber Lainnya

Perkuliahan Bernadette Mulyati Waluyo, Mata Kuliah Hukum Perlindungan
Konsumen, Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Semester
Ganjil 2019

Pendapat Hukum Johannes Gunawan pada Talkshow Perlindungan Konsumen
Belanja Online di Masa Covid-19, Fakultas Hukum Universitas Katolik
Parahyangan, 20 April 2020

