ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu bentuk penyampaian informasi mengenai barang dan atau jasa dari pelaku usaha kepada konsumen, diharapkan dengan informasi didalam iklan dapat dipergunakan sebagai panduan bagi konsumen dalam memilih dan membeli barang dan jasa dengan tepat. Tetapi perkembangannya periklanan saat ini tidak jarang melampaui batas-batas logika, serta menyesatkan. Kecenderungan apa yang dijanjikan dalam iklan tidak sesuai dengan kenyataan telah menjadi pemandangan sehari-hari, sehingga konsumen dapat dirugikan. Skripsi ini menitik beratkan pada 2 (dua) rumusan masalah, yaitu 1)Bentuk Iklan yang menyesatkan di masyarakat? 2)Kebijakan Legislatif dalam Memberikan Perlindungan kepada Konsumen Atas Iklan yang Menyesatkan? Setelah dilakukan penelitian terhadap permasalahan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sampai saat ini undang-undang yang mengatur secara khusus tentang periklanan belum ada. Meskipun demikian, beberapa undangundang, banyak pasal-pasalnya yang mengatur mengenai periklanan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentangPenyiaran, Undang-undang No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Undangundang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, Undang-undang No 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan pangan, Surat keputusan menteri yang mengatur pengawasan kegiatan periklanan, Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

Pengaturan periklanan dalam hukum pidana, apabila ditinjau Buku kedua KUHP Bab XXV (dua puluh lima), termaksuk dalam ketentuan mengenai kejahatan perbuatan curang atau yang lebih dikenal dengan istilah penipuan, yang terdiri dari dua puluh Pasal. Seperti Pasal 204 KUHP, Pasal 378 KUHP, Pasal 383 KUHP, Pasal 386 KUHP, dan Pasal 390 KUHP Perlindungan konsumen oleh Negara selain membuat kebijakan yang berwujud dalam bentuk peraturan perundang-undangan, didalam Undang-undang Perlindungan Konsumen secara umum negara mengemban tugas pembinaan dan pengawasan penyelengaraan perlindungan konsumen, termasuk tugas pembinaan dan pengawasan kegiatan periklanan. Masalah pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami konsumen akibat informasi iklan barang dan jasa yang menyesatkan, konsumen mempunyai hak untuk meminta pertanggungjawaban pelaku usaha yaitu pertanggungjawaban secara Perdata, pertanggungjawaban secara Pidana dan pertanggungjawaban secara Administrasi Negara

Kata Kunci: perlindungan hukum, iklan, menyesatkan.