

ABSTRAK

Perkembangan pemasaran digital melalui media sosial telah melahirkan praktik *endorsement* oleh *influencer* yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, praktik ini menimbulkan persoalan hukum ketika produk yang dipromosikan terbukti mengandung bahan berbahaya, seperti merkuri, sebagaimana yang terjadi dalam kasus Helwa Beauty. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pertanggungjawaban hukum *influencer* atas kerugian konsumen serta bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen yang dirugikan. Metode penelitian yang digunakan adalah doktrinal (yuridis-normatif) yang menggunakan spesifikasi deskriptif-analitis dengan menggunakan data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer* dapat dimintai pertanggungjawaban hukum secara perdata apabila terpenuhi unsur perbuatan melawan hukum, terutama apabila terbukti lalai dalam memverifikasi legalitas dan keamanan produk yang dipromosikan. Selain itu, perlindungan hukum bagi konsumen dapat dilakukan melalui mekanisme preventif dan represif, baik melalui pengawasan regulatif maupun penyelesaian sengketa. Penelitian ini menegaskan pentingnya kehati-hatian, transparansi, dan kepatuhan hukum dalam praktik *endorsement* guna menjamin perlindungan konsumen di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Pertanggungjawaban Hukum, *Influencer*, *Endorsement*, Kosmetik Bermerkuri, Perlindungan Konsumen.