

ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu cara yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menawarkan produk kepada masyarakat, dimana iklan yang dalam bentuk brosur didalamnya secara spesifik memuat janji-janji. Dari segi perdata dapat dikategorikan sebagai suatu penawaran. Namun demikian, di dalam mengiklankan sebuah produk, Pelaku usaha selalu diuntut agar menyampaikan informasi yang jujur, benar, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal tersebut demi melindungi kepentingan konsumen yang akan membeli produk tersebut, dari informasi yang tidak sesuai dan dapat merugikan kepentingan konsumen sendiri, sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Tujuan penelitian yang ingin diperoleh dari hasil penelitian yaitu ini adalah untuk mengetahui iklan yang tidak sesuai dan merugikan konsumen dan Untuk mengetahui penghitungan kerugian sebagai bentuk pertanggungjawaban PT. Exelcomindo Pratama terhadap iklan yang tidak sesuai dan merugikan konsumen dalam putusan MA No.01/K/Per.Kons/2007.

Penulis menggunakan metode yuridis normatif dalam melakukan penelitian. Pemilihan metode ini dilakukan untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab permasalahan hukum yang dihadapi, yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.

Dari hasil penelitian dapat diketahui maraknya penayangan informasi iklan yang tidak sesuai tidak dapat dilepaskan dari semakin ketatnya persaingan di antara para pelaku usaha guna menarik perhatian konsumen, sehingga informasi yang diberikan melalui media iklan cenderung berlebihan, menyesatkan dan menipu konsumen Menyampaikan informasi tentang produk ke dalam sebuah tayangan iklan berdurasi pendek, atau pamflet dan lain-lain, yang menjadikan salah satu faktor pemicu iklan terlalu mengubur janji, tidak kena sasaran ataupun membingungkan. Akibat hukum dari pemasangan iklan yang tidak sesuai dan merugikan konsumen, pelaku usaha bertanggung jawab dengan bentuk pemberian ganti rugi serta dapat dikenakan sanksi, baik itu sanksi administrasi, sanksi pidana pokok maupun sanksi pidana tambahan. Bagi konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha baik secara individual maupun secara kelompok. Prosedur gugatan konsumen dapat diajukan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan Umum. Dengan demikian, kehadiran UUPK akan menciptakan sistem perlindungan Konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum bila terjadi penyalahgunaan Iklan.

Kata kunci : Iklan, tidak sesuai, merugikan, perlindungan konsumen