

INTISARI

TINJAUAN TERHADAP IKLAN APLIKASI GRATIS YANG BEREDAR DAN TIDAK SESUAI PASAL 17 HURUF F UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.

Oleh: Zulfa Azizie Windyaputra¹, Veri Antoni²

Penelitian hukum ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk pelanggaran hukum yang dilakukan pembuat iklan di aplikasi gratis karena tidak sesuai Pasal 17 huruf f Undang Undang no 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian perpaduan yuridis normative dan empiris serta bersifat eksploratoris, menitikberatkan pada fakta di lapangan dengan cara pengamatan langsung dan wawancara responden dikombinasikan dengan data kepustakaan.

Dari penelitian ini, penulis memperoleh kesimpulan bahwa terdapat jenis iklan dari aplikasi gratis seperti iklan sisipan atau *intrusive advertising* yang melanggar hukum dan etika periklanan di Indonesia. Jenis pelanggaran hukum pidana yang dilakukan antara lain tidak memuat informasi yang jelas atau lengkap, mengandung unsur perjudian, melanggar kesusilaan, menjanjikan sesuatu yang tidak pasti. Jenis pelanggaran hukum kebiasaan periklanan yang dilakukan adalah tidak adanya tombol keluar atau *exit button* pada iklan sehingga mengganggu kekuasaan konsumen terhadap situs yang diakses, konten iklan yang tidak sesuai untuk anak-anak sementara aplikasi tersebut sangat mudah diakses oleh anak-anak, dan iklan yang mengeksploitasi erotisme atau seksualitas dalam bentuk apapun.

Kata kunci :

Pelanggaran hukum, etika periklanan, konsumen

¹ Mahasiswa Strata Satu (S-1) Pada Departemen Hukum Bisnis di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

² Dosen Pembimbing Penulisan Hukum Konsentrasi Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

ABSTRACT

REVIEW OF ADVERTISING FREE APPLICATIONS CIRCULATING AND NOT IN COMPLIANCE WITH ARTICLE 17 POINT F OF LAW NUMBER 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER PROTECTION.

By: Zulfa Azizie Windyaputra³, Veri Antoni⁴

This legal research aims to understand the form of law violation deal by the advertisement producer in free application because it didn't comply with the Article 17 point F of Act no 8 of 1999 about consumer protection right.

This research is a combination of normative legal and empirical legal research with exploratory nature, focusing on the field fact with direct observation and respondent interview combined with bibliographical data.

From this research, the author concluded that there are advertisements or Intrusive advertising that is violating the criminal law in Indonesia, this include not giving clear or complete information, involve gambling, violate decency, promising something that is not certain. While for costumary law violation, this include no exit button on the advertisement so it will disturb the consumer from accessing certain site, advertisement content that is not supposed to be accessed by kids but still easily accessed by kids, and advertisement that exploit erotism or sexuality in any way.

Key word:

Law violation, advertisement ethic, consumer

³ Undergraduate Student of Business law Department, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada Indonesia.

⁴ Lecturer of Business Law Department, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada Indonesia.