

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMA PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
INTISARI .....	x
ABSTRACT .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Keaslian Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian Periklanan .....	10
B. Tanggungjawab Biro Jasa Periklanan Media Cetak dan Tanggungjawab Media Cetak terhadap Konsumen .....	16
1. Tanggungjawab Biro Jasa Periklanan Media Cetak terhadap Konsumen .....	16

	Halaman
2. Tanggungjawab Media Cetak (Pers) terhadap Konsumen.	22
C. Pengertian Perlindungan Konsumen .....	23
D. Hak dan Kewajiban Konsumen .....	30
E. Sistem Pertanggungjawaban Biro Jasa Periklanan Media Cetak dan Penyelesaiannya Konsumen .....	37
F. Hubungan Hukum Pelaksanaan Periklanan Media Cetak .....	42
<b>BAB III. CARA PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Penelitian Kepustakaan .....	46
1. Data.....	46
2. Alat Penelitian .....	47
B. Penelitian Lapangan .....	47
1. Wilayah Penelitian .....	47
2. Subyek Penelitian .....	47
3. Kesulitan Penelitian .....	48
C. Tahapan Penelitian .....	51
1. Persiapan .....	51
2. Pelaksanaan .....	52
3. Tahapan Penyelesaian .....	52
D. Analisa Data .....	52
E. Kesulitan dalam Pelaksanaan Penelitian .....	53
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>

A. Tanggung jawab Biro Jasa Periklanan Media Cetak terhadap	
Konsumen Pemasang Iklan .....	54
1. Sistem Tanggung Jawab Biro Jasa Periklanan Media	
Cetak dan Media Cetak .....	54
2. Kasus Iklan Salah Ketik/Tulisan .....	59
3. Kasus Penulisan Logo Benar tetapi Penulisan Arab	
Salah.....	61
4. Kasus Iklan yang Menjanjikan dan Tidak Benar .....	63
5. Kasus Iklan Bayer Obat Serangga, Isinya Diragukan	
Keasliannya .....	65
6. Kasus Iklan Promosi melalui Surat ke Konsumen	
memuat Janji yang Menyesatkan .....	66
7. Kasus Iklan Promosi yang Menyesatkan Konsumen	
Pemakai Barang atau Jasa .....	67
B. Penyelesaian terhadap Pelanggaran yang Dilakukan Biro Jasa	
Periklanan Media Cetak dan Media Cetak .....	68
C. Usaha-usaha yang Dapat Dilakukan oleh Konsumen bila	
Dirugikan Biro Jasa Periklanan Media Cetak dan Media Cetak	70
<b>BAB V. PENUTUP</b> .....	73
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran-saran .....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN