

## **ANALISIS YURIDIS PERJANJIAN *ENDORSEMENT* ANTARA PEMILIK BISNIS *ONLINE* DENGAN SELEBGRAM DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**Oleh: Kerenhapukh Oli\* dan Ninik Darmini\***

### **INTISARI**

Penulisan hukum ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara pemilik bisnis *online* dengan selebgram di media sosial instagram. Terdapat 2 (dua) permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan hukum ini. Pertama, terkait dengan kekuatan hukum perjanjian *endorsement* dikaitkan dengan hak dan kewajiban para pihak, kedua terkait dengan kesesuaian pencantuman klausula baku dalam perjanjian *endorsement* di antara para pihak dengan ketentuan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penulisan hukum ini dilakukan dengan menggunakan jenis penilitan *normative empiris*, penulis melakukan peneltiann *normative* terlebih dahulu melalui studi dokumen di beberapa perpustakaan untuk memperoleh data sekunder, selanjutnya melakukan penelitian empiris secara langsung ke lapangan guna memperoleh data empiris.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapatkan 2 (dua) kesimpulan. Pertama, perjanjian *endorsement* berlaku secara sah dan mengikat bagi para pihak. Perjanjian *endorsement* sering dilanggar dengan mudahnya oleh selebgram karena tidak ada konsekuensi atau sanksi yang tegas apabila isi perjanjian dilanggar. Kedua, pencantuman klausula baku dalam perjanjian *endorsement* ada yang sudah sesuai dengan ketentuan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan ada juga yang tidak sesuai.

**Kata Kunci:** Pelaksanaan Perjanjian, Perjanjian *Endorsement*, Klausula Baku

---

\* Asrama Putri Prima Sari, No. 11a, Kaliurang, Sleman, Yogyakarta

\* Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta