

ABSTRAK

Berkembangnya perdagangan bebas menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam memasarkan produknya, pelaku usaha menggunakan berbagai macam strategi Media promosi yang saat ini sangat menjanjikan adalah promosi melalui kegiatan *endorsement*. Kegiatan *endorsement* adalah kegiatan promosi untuk meningkatkan keuntungan bisnis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan kekuatan media sosial yang memberikan pengaruh yang besar. *Celebrity endorser* adalah pihak yang dikenal masyarakat luas yang fungsinya untuk menambah citra positif dari pesan sebuah produk.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *celebrity endorser* yang di bawah umur dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum apabila produk yang ditawarkan ilegal. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan menggunakan data sekunder seperti peraturan perundang-undangan, teori hukum, dan pendapat para ahli. Analisis bahan hukum yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Hasil dari penelitian ini adalah *celebrity endorser* dapat dimintai pertanggungjawaban melalui pelaku usaha apabila *celebrity endorser* tidak memenuhi prestasi/ apa yang telah disepakati. Namun, *celebrity endorser* tidak dapat dimintai pertanggungjawaban mengenai kerugian yang telah dialami oleh konsumen. menurut doktrin hukum keperdataan *Vicarious Liability*, selama seorang *celebrity endorser* menjalankan kewajibannya sesuai dengan apa yang disepakati, maka semua pertanggungjawaban perdata tersebut dibebankan pelaku usaha selaku pihak yang melakukan perintah. Pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*) berkaitan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen dan pertanggungjawaban produk (*product liability*).

Kata kunci : *Celebrity Endorser*, Pertanggungjawaban, *Endorsement*.

ABSTRACT

The development of free trade has created increasingly fierce business competition. In marketing their products, businesses use a variety of promotional media strategies that are currently very promising is promotion through endorsement activities. Endorsement activities are promotional activities to increase business profits by utilizing technological advances and the power of social media that have a big influence. Celebrity endorser is a party known to the wider community whose function is to add a positive image to the message of a product.

This study was conducted to determine whether underage celebrity endorsers can be held legally liable if the product offered is ilegal. This type of research is normative legal research using secondary data such as legislation, legal theory, and opinions of experts. The legal material analysis used is descriptive analysis.

The results of this study are that celebrity endorsers can be held accountable through business people if the celebrity endorser does not fulfill the agreed/agreed performance. However, celebrity endorsers cannot be held responsible for losses that have been experienced by consumers. according to Vicarious Liability's civil law doctrine, as long as a celebrity endorser carries out its obligations in accordance with what is agreed upon, all business liabilities are borne by the business actor as the party carrying out the order. Business actors can be asked for contractual liability relating to losses suffered by consumers and product liability.

Keywords : Celebrity Endorser, Liability, Endorsement.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan	6
1.5 Keaslian	6
1.6 Metode Penelitian	9
1.6.1 Jenis Penelitian	9
1.6.2 Pendekatan Penelitian.....	10
1.6.3 Sumber Bahan Hukum.....	10
1.6.4 Analisis Bahan Hukum	11
BAB II TINJAUAN UMUM	
2.1 Tinjauan Umum tentang Keabsahan Perjanjian	12
2.1.1 Syarat-syarat Sah Perjanjian.....	13
2.1.2 Pihak Yang Belum Cakap Hukum.....	15
2.2 Kegiatan <i>Endorsement</i>	16
2.2.1 Pihak-Pihak dalam Pelaksanaan Kegiatan <i>Endors</i>	16
2.3 Tanggung Jawab Hukum	19
2.3.1 Pengertian Tanggung Jawab Hukum	19
2.3.2 Teori Tanggung Jawab Hukum	21
2.3.3 Perbuatan Melawan Hukum	21
2.4 Bentuk Pertanggungjawaban Atas Kerugian Konsumen.....	22
BAB III PERTANGGUNGJAWABAN KEGIATAN <i>ENDORSEMENT</i>	
3.1 Ketidcakapan dan Penawaran Produl Ilegal oleh <i>Celebrity Endorser</i>	42
3.2 Pertanggungjawaban Kerugian Konsumen.....	47
BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan.....	62
4.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	
BIODATA PENULIS.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Endorsement</i> Karin Novilda.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2 Kasus Karin Novilda	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 Keterangan Bentuk Perjanjian melalui media sosial..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4 Kegiatan <i>Endorsement</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 5 Barang yang Tidak Bisa di Endorse (setelah direvisi)	Error! Bookmark not defined.
Gambar 6 Daftar Harga dan Aturan Ketentuan <i>Endorsement</i>	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Sebelumnya**Error! Bookmark not defined.**

