

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi dan informasi, peredaran kosmetik terjual bebas di pasaran akibat dari terbukanya perdagangan bebas, hal tersebut membawa dampak besar dengan hadirnya berbagai macam produk kecantikan seperti kosmetik. Pelaku usaha menggunakan jasa *influencer* untuk mempromosikan barang/jasanya yang kemudian kegiatan ini disebut dengan . Tak jarang, *influencer* kurang berhati-hati dalam menerima tawaran *endorse*, sehingga mereka mempromosikan kosmetik ilegal. Para *influencer* yang melakukan promosi melalui media sosial merugikan para konsumen yang telah menggunakan produk tersebut, karena mereka tertarik dengan apa yang telah dipromosikan. Namun, yang menjadi permasalahan adalah apakah perbuatan *influencer* yang telah merugikan konsumen tersebut dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dapat atau tidaknya *influencer* dijerat Pasal 55 KUHP sebagai orang yang turut serta dalam tindak pidana dan untuk mengetahui bentuk tindak pidana yang dapat disangkakan terhadap *influencer* yang mengiklankan produk yang melanggar hukum di media sosial.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana ajaran penyertaan (*deelneming*) dalam hukum pidana dan bagaimana penerapan ajaran penyertaan terhadap *influencer* dalam kegiatan produk kosmetik ilegal. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis teoritis atau normatif serta menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah *influencer* telah membantu pemilik produk untuk mempromosikan produk ilegalnya. *Influencer* dikategorikan sebagai *pleger* dalam Pasal 55 KUHP karena secara sempurna telah memenuhi semua unsur dari delik yang terjadi sehingga dapat dipidana sama seperti pembuat (*dader*). *Influencer* selaku orang pribadi dapat dimintai pertanggungjawabannya karena telah melakukan *endorsement* produk kosmetik ilegal tanpa berhati-hati sebelum menerima tawaran tersebut.

Kata Kunci : *influencer*, *endorsement*, penyertaan.

ABSTRACT

With the advancement of technology and information, the unrestricted circulation of cosmetics in the market is a consequence of the opening up of free trade. This has significant implications with the emergence of various beauty products, such as cosmetics. Business entities enlist the services of influencers to promote their goods/services, a practice known as "endorsement." Often, influencers may not exercise caution in accepting endorsement offers, leading them to promote illegal cosmetics. Influencers promoting products through social media can harm consumers who are drawn to the promoted items. The issue arises as to whether influencers, causing harm to consumers, can be held accountable. This research aims to determine if influencers can be implicated under Article 55 of the Criminal Code as individuals participating in a criminal act and to identify the criminal charges applicable to influencers advertising unlawful products on social media.

The study explores the concept of complicity in criminal law and its application to influencers involved in the promotion of illegal cosmetic products. The research employs a theoretical or normative juridical method, utilizing legislative and conceptual approaches.

The findings indicate that influencers have assisted product owners in promoting their illegal products. Influencers are classified as accomplices under Article 55 of the Criminal Code as they fulfill all elements of the offense, making them punishable similar to the perpetrator. Influencers, as individuals, can be held accountable for endorsing illegal cosmetic products without due diligence before accepting such offers.

Keywords: influencer, endorsement, complicity.