

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring makin banyaknya bisnis berbasis daring menyebabkan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana endorsement, khususnya di media sosial Instagram. Perusahaan besar hingga kecil, home industry maupun perorangan banyak yang melirik tokoh terkenal di media sosial seperti Selebgram (pengguna akun Instagram yang terkenal, mempunyai fans ataupun pengagum cukup banyak di situs jejaring sosial) dan Youtuber (pengguna akun youtube yang terkenal, mempunyai fans, pengikut ataupun subscribers lumayan banyak di youtube) untuk mempromosikan produk mereka dan tidak sedikit pula yang menjadikan anak-anak sebagai artis endorse.¹ Banyaknya selebgram anak yang sukses memiliki pundi-pundi menjadikan orang tua berbondong-bondong untuk membuatkan media sosial untuknya. Endorsement mengandung arti strategi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti fashion blogger, artis, fashion stylish dan lain-lain sebagai pendukung juga penunjang agar masyarakat tertarik pada suatu produk yang ditawarkan melalui media sosial.² Menurut Martin Roll, endorsement merupakan saluran dalam mengkomunikasikan suatu merek, dengan menggunakan peran selebriti sebagai pembicara yang mendukung merek

¹ Bisnis.Com,2018,<https://m.bisnis.com/amp/read/20180804/107/824079/javascript>, diakses pada tanggal 24 November 2020

² Pratiwi Budi Utami, “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Online Shop di Indonesia”, Skripsi, 2014, Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, hlm 2 <http://eprints.untirta.ac.id/843/1/SKRIPSI%20PRATIWI%20BUDI%20UTAMI%20-%20Copy.pdf> diakses pada tanggal 17 November 2020

tersebut dengan segala atribut yang melekat atas dirinya seperti ketenaran, kepribadian, hingga status sosial selebriti tersebut.³

Adapun menurut Shrimp Endorser atau pelaku Endorsement merupakan bintang iklan yg berperan sebagai pendukung produk yg diiklankan.⁴ Kegiatan endorsement tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan jika dilakukan oleh anak, adapun kelebihanannya dapat menggali bakat dan potensi anak. sedangkan kekurangannya adalah jika endorsement terhadap anak dijalankan dengan batasan waktu yang tidak seimbang dan membuat anak menjadi merasa tertekan maka akan memberikan dampak psikologis yang besar bagi anak. Berkaitan dengan endorsement tersebut, umumnya pelaku endorsement terikat dalam suatu perjanjian secara tertulis ataupun lisan.

Perihal pelaksanaan endorsement, umumnya pemilik bisnis menghubungi pihak artis untuk menawarkan kerjasama dalam memasarkan produknya tanpa harus bertatap muka biasanya melalui *direct mesangger* atau hanya berkirim email untuk membahas mengenai perjanjian kerja yang akan dilakukan maka dari itu dalam pembuatan perjanjian tersebut harus tetap memperhatikan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jika artis tersebut setuju maka ia menjadi endorser, setelah terjadi kesepakatan produk akan dikirim ke endorser, kemudian endorser mengunggah

³ Mahmudi Bin Syamsul Arifin, "Endorsement Dalam Perspektif Islam", Tesis, 2018, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, hlm.19 http://digilib.uinsby.ac.id/25802/7/Mahmudi%20Bin%20Syamsul%20Arifin_F12416274.pdf, diakses tanggal 14 Januari 2021

⁴ Ibid

gambar atau video saat menggunakan produk tersebut untuk menarik perhatian pengikutnya di sosial media. Perjanjian endorsement menjadi bentuk kerjasama yang saling menguntungkan sistemnya pun beragam seperti free endorse (gratis) dengan memberikan produk secara gratis kepada endorser ataupun menggunakan sistem paid endorser (berbayar) dengan memberikan produk secara gratis dan dengan memberikan fee (upah dan komisi) sesuai dengan perjanjian kerjasama yang telah disepakati. Kemudian dalam menjalankan kegiatan tersebut pihak artis endorse ada yang menangani sendiri ataupun melalui pihak manajemen.⁵ Sehingga perjanjian endorsement tersebut dapat berupa perjanjian tertulis jika melalui pihak manajemen dan perjanjian tidak tertulis sebagaimana kesepakatan melalui media sosial.

Adapun persyaratan perjanjian menurut Pasal 1320 Burgelijk Wetboek (BW), meliputi sepakat, kecakapan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Jika ditinjau menurut Pasal 1330 BW seseorang tidak dapat melakukan perjanjian apabila ia belum mencapai usia dewasa, di bawah pengampuan, dan perempuan yang dalam undang-undang ditetapkan untuk dilarang melakukan perjanjian tertentu. Kemudian menurut Pasal 330 BW seseorang dianggap dewasa apabila telah berusia 21 tahun atau sudah menikah. Selanjutnya jika ditinjau menurut “pasal 47 ayat 2 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan dijelaskan bahwa orang tua anak yang dibawah umur berhak mewakili segala perbuatan hukum anak dan bertanggung jawab baik di dalam maupun di luar

⁵ Farah Mumtaz Selian, “Perjanjian Baku Dalam Endorsement di Media Sosial Instagram”, Skripsi, 2018, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, hlm. 51-52 <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43263/1/FARAH%20MUMTAZ%20SELIAN-FSH.pdf>, diakses tanggal 14 Januari 2021

pengadilan”. Dalam hal ini perjanjian endorsement terhadap selebgram anak masih perlu mendapatkan perhatian lebih, khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak anak, perlindungan anak terhadap eksploitasi ekonomi maupun seksual dan perlindungan anak sebagai pelaku endorsement menurut peraturan perundang-undangan. Mengingat semakin banyak masyarakat yang mengunggah foto anak-anaknya di media sosial. Para selebgram maupun artis bahkan melibatkan anaknya guna memperoleh pundi-pundi rupiah lewat endorse.⁶

Anak diminta untuk berpose hingga berakting bersama dengan produk tertentu yang telah melakukan perjanjian dan pembayaran terlebih dahulu. Tentunya hal tersebut mengandung resiko yang dapat mengancam hak-hak anak, suatu contoh kasus pengaduan kepada KPAI terhadap artis Tyas Mirasih oleh Maryke Haris, atas dugaan adanya upaya untuk memisahkan hubungan darah antara Maryke (Nenek) dengan Cucunya (Inisial ACB) dan disertai dugaan eksploitasi ekonomi terhadap ACB dalam kegiatan endorsement⁷. Dalam hal ini anak menjadi korban yang rentan terhadap tindak kejahatan maupun eksploitasi. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana endorsement terhadap anak, kejahatan cyber dapat mengancam keamanan anak seperti pencurian data anak demi keuntungan pelaku. Kemudian jika endorsement dilakukan diluar batasan wajar akan menjadi ancaman eksploitasi ekonomi terhadap anak.

⁶ Anisa Aprilia, Anak Artis Terima Endorse Disebut, Eksploitasi Jika..., <https://celebrity.okezone.com/read/2019/01/20/33/2006985/anak-artis-terima-endorse-disebut-eksploitasi-jika>, diakses pada tanggal 11 November 2020

⁷ <https://www.google.com/amp/s/m.tribunnews.com/amp/seleb/2019/01/21/tyas-mirasih-dilaporkan-dengan-tuduhan-eksploitasi-anak-endorse-di-instagram-jadi-bukti>, diakses tanggal 23 November 2020.

Adapun terkait hak-hak anak yang dilindungi dalam “Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak untuk (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Anak) tercermin dalam beberapa pasal yakni, Pasal 11 Undang-Undang Perlindungan Anak yang menyatakan bahwa setiap anak berhak untuk beristirahat dan memanfaatkan waktu luang, bergaul dengan anak yang sebaya, bermain, berekreasi, berkreasi sesuai minat, bakat dan tingkatan kecerdasannya demi pengembangan diri”. Kemudian menurut “Pasal 13 Undang-Undang Perlindungan Anak diatur bahwa setiap anak yang berada dalam pengampunan orang yang bertanggungjawab atas pengasuhan berhak mendapatkan perlindungan dari perlakuan” :

- a. “Diskriminasi
- b. Eksploitasi, baik ekonomi maupun seksual
- c. Penelantaran
- d. Kekejaman, kekerasan dan penganiayaan; dan
- e. Perlakuan salah lainnya.”

Selanjutnya terkait anak sebagai pelaku endorsement, masih ada beberapa ketentuan dalam peraturan perundang-undangan terkait perdagangan secara daring yang belum mengakomodir ketentuan-ketentuan terkait endorsement khususnya untuk anak sebagai pelaku endorsement. Adapun dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas “Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) hanya mengatur teknis transaksi elektronik secara umum, sebagaimana dijelaskan dalam

Pasal 17 Ayat 1 UU ITE bahwa para pihak yang melaksanakan transaksi elektronik wajib beritikad baik. Kemudian, larangan-larangan dalam transaksi elektronik yang meliputi larangan melanggar norma kesusilaan, perjudian, berita bohong, informasi yang menyesatkan dan seterusnya dalam transaksi elektronik diatur dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal 37 UU ITE”. Sedangkan ketentuan terkait kontrak elektronik diatur dalam “Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dalam hal ini kontrak elektronik dianggap sah menurut Pasal 46 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik apabila terdapat kesepakatan, para pihak yang cakap dan atau yang mewakili, terdapat hal tertentu dan objek yang tidak melanggar norma kesusilaan”. Ketentuan berdasarkan PP tersebut merujuk pada ketentuan pasal 1320 BW terkait syarat sah perjanjian. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa perjanjian kerjasama e-commerce juga harus tunduk pada ketentuan UU ITE maupun Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik, sebab perjanjian kerjasama endorsement juga termasuk dalam kategori kontrak elektronik jika kesepakatan para pihaknya terjadi di media sosial. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah terkait perlindungan hak-hak anak sebagai pelaku pelaksana perjanjian endorsement, meliputi batasan waktu bagi seorang anak yang melakukan kegiatan endorsement, jenis-jenis produk yang boleh di endorser anak, maupun perlindungan data pribadi anak. Dalam hal ini hak pemilik data pribadi telah diatur dalam “Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam

Sistem Elektronik Pada Pasal 26 bahwa setiap pemilik data pribadi berhak atas kerahasiaan datanya serta berhak mengajukan pengaduan atas kegagalan dalam kerahasiaan data pribadi”. Dalam hal ini terkait kewajiban pengguna data pribadi diatur dalam “Pasal 27 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik yang mengatur bahwa pengguna data pribadi harus menjaga kerahasiaan data pribadi yang diperoleh”. Namun beberapa aspek lain dalam perjanjian endorsement masih belum diatur dalam instrumen hukum terkait sistem elektronik maupun transaksi elektronik.

Mengingat UU ITE maupun Peraturan Pelaksananya hanya mengatur terkait teknis transaksi elektronik secara umum namun belum mengakomodir terkait promosi produk dalam bentuk endorsement di media sosial. Untuk itu diperlukan analisis yang tepat guna menemukan perlindungan hukumnya yang tepat untuk melengkapi ketentuan terkait promosi dalam bentuk endorsement dalam instrumen hukum yang ada.

Untuk analisis lebih mendalam akan di bahas dalam bab selanjutnya Maka dari itu, judul pada skripsi ini **“Perlindungan Hukum Atas Anak Dalam Perjanjian Endorsement”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang permasalahan diatas, fokus rumusan masalah pada penelitian berikut ini:

1. Bagaimana keabsahan perjanjian endorsement yg dilakukan oleh anak di media sosial?

2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap anak yang menjadi pihak dalam perjanjian endorsement?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui keabsahan perjanjian endorsement yang dilakukan oleh anak di media sosial
2. Mengetahui perlindungan hukum yang tepat bagi anak pelaku perjanjian endorsement

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kegunaan secara teoritis dan kegunaan praktis, yang dijelaskan antara lain :

A. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini memiliki kegunaan teoritis sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait bentuk perjanjian-perjanjian yang baru di era digital yang sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku
2. Diharapkan memberikan pengembangan pengetahuan khususnya pada peraturan perundang-undangan terkait perlindungan hukum terhadap anak pelaku perjanjian

B. Manfaat Praktis

Penulis berharap hasil penelitian ini memiliki kegunaan praktis sebagai berikut:

1. Memberikan dasar pertimbangan untuk pelaku usaha maupun orang tua/ wali pelaku endorsement, sebelum melakukan perjanjian endorsement agar tidak

melanggar ketentuan mengenai hak-hak anak yang dijamin oleh undang-undang.

2. Berharap penelitian ini bisa menjadi referensi guna penelitian lebih lanjut terkait perjanjian endorsement.

1.5 Keaslian Penelitian

Sebelum adanya penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang telah membahas tentang perjanjian endorsement akan tetapi terdapat perbedaan dalam pembahasan. Perbedaan tersebut akan diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Keaslian Penelitian

No.	Peneliti Sebelumnya	Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Korelasi
1	Pontynindya Hyang Adhisti Wulandari Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim	Perjanjian Tidak Tertulis Dalam Endorsement Antara Online Shop Alstuff Malang dengan Selebgram Perspektif Hukum Islam	Rumusan Masalah: 1. Bagaimana perjanjian tidak tertulis dalam online shop Alstuff Malang dengan selebgram? 2. Bagaimana perjanjian tidak tertulis dalam online shop Alstuff Malang menurut perspektif Hukum Positif 3. Bagaimana perjanjian tidak tertulis dalam online shop Alstuff Malang perspektif Wahbah Az-Zuhaili?	Penelitian ini membahas mengenai perjanjian tidak tertulis dalam endorsement menurut perspektif Hukum Islam. Pembeda dengan sripsi yang akan diteliti bahwasanya skripsi yang akan diteliti selain membahas terkait dengan endorsement

				dalam peraturan hukum positif, penelitian ini juga membahas mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak anak pelaku endorsement.
2	Ambaryati Hartati Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Metro	Endorsement Sebagai Strategi Pemasaran Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam	1. Bagaimana endorsement sebagai strategi pemasaran pada Hayu Olshop Metro ditinjau dari etika bisnis Islam?	Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran dalam bentuk endorsement di tinjau dari etika bisnis Islam. Pembeda dengan skripsi yang akan diteliti bahwasanya skripsi yang akan diteliti selain membahas terkait dengan endorsement dalam peraturan hukum positif, penelitian ini juga membahas mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak anak

				pelaku endorsement.
3	Zulrama Dermawan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar	Peranan Celebrity Endorser Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)	1. Bagaimana kontribusi endorser dalam menarik minat beli pengguna media sosial Instagram pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar? 2. Apakah faktor yang dipertimbangkan pembeli dalam menyukai celebrity endorser?	Penelitian ini membahas mengenai kontribusi celebrity endorser dalam menarik minat pembeli dalam jejaring sosial Instagram. Pembeda dengan skripsi yang akan diteliti bahwasanya skripsi yang akan diteliti selain membahas terkait dengan endorsement dalam peraturan hukum positif, penelitian ini juga membahas mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak anak pelaku endorsement.

Berdasarkan ketiga penelitian diatas dapat perbedaan dengan skripsi ini sebagai berikut, penelitian pertama lebih berfokus membahas aspek perjanjian tidak tertulis endorsement menurut Hukum Islam. Penelitian kedua menekankan pembahasan pada strategi pemasaran melalui endorsement jika ditinjau menurut

etika bisnis Islam. Dan penelitian ketiga menekankan pada pengaruh endorser secara sosiologis terhadap daya minat beli pengguna Instagram. Sedangkan penelitian ini memiliki pembahasan yang lebih luas dibandingkan ketiga penelitian tersebut yakni, selain membahas terkait keabsahan perjanjian endorsement yang dilakukan oleh anak, penelitian ini juga membahas mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak anak pelaku perjanjian endorsement di media sosial.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum yang menempatkan hukum sebagai sebuah konstruksi dari sistem norma yang meliputi asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian juga doktrin (ajaran) ialah penelitian hukum normatif.⁸ Berdasarkan definisi tersebut, penelitian ini akan berfokus pada pengkajian peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan sistem informasi maupun transaksi elektronik, perjanjian serta perlindungan terhadap hak-hak anak. Kajian tersebut ditujukan untuk menemukan perlindungan hukum yang tepat untuk melindungi hak anak-anak pelaku endorsement dalam perjanjian endorsement .

⁸ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013, hlm. 34

1.6.2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yang dilakukan dengan meneliti aturan hukum sebagai inti dan tema utama dalam penelitian.⁹ Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menelaah hukum terkait pelaksanaan perjanjian dalam peraturan perundang-undangan seperti *Burgelijk Wetboek* (BW), hukum terkait Perwalian menurut “Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan, hukum terkait perlindungan anak sebagaimana di atur dalam Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Jo. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Kemudian hukum mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik”. Peraturan perundang-undangan tersebut akan dijadikan dasar untuk membahas kejelasan pengaturan mengenai endorsement dan untuk membahas perlindungan hukum yang dapat diterapkan terhadap anak pelaku endorsement.

⁹ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, “*Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*”, Depok, Prena Media Grup, 2016, hlm. 132, <https://books.google.co.id/books?id=5OZeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+penelitian+hukum+normatif+dan+empiris+johnny+ibrahim+pdf&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwii-6XLmvztAhUKXisKHXzxD4gQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q&f=false> diakses pada tanggal 20 November 2020

1.6.3. Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini terdiri :

A. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat. Adapun bahan-bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini yaitu ketentuan mengenai dasar-dasar perjanjian, perlindungan anak dan transaksi elektronik dalam :

1. Bahan hukum berasal dari jenis peraturan perundang-undangan:
 - a. Ketentuan mengenai syarat sah perjanjian dalam *Burgelijk Wetboek* (BW)
 - b. Ketentuan mengenai perwalian dalam “pasal 47 ayat 2 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan”
 - c. Ketentuan mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik dalam “Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”
 - d. Ketentuan mengenai hak-hak anak dalam “Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak”
 - e. Ketentuan “Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik”
 - f. Ketentuan “Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik”

B. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang dapat menambahkan penjabaran terhadap bahan hukum primer, yang bisa berbentuk rancangan perundang-undangan, hasil penelitian,

buku-buku teks, jurnal ilmiah, surat kabar (koran), pamflet, *leaflet*, brosur serta berita internet ialah Bahan hukum sekunder.¹⁰ Adapun bahan hukum sekunder dalam penelitian ini terdiri atas buku, jurnal, artikel, hasil penelitian dan internet terkait hukum perjanjian dan endorsement .

1.6.4. Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan logika berpikir deduktif. Logika deduktif merupakan proses berpikir dengan menerapkan wawasan umum seperti teori-teori, dalil, atau prinsip-prinsip untuk menarik kesimpulan terhadap fakta-fakta yang sifatnya khusus.¹¹ Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis ketentuan tentang perjanjian dan endorsement dalam peraturan perundang-undangan, Analisis tersebut digunakan untuk memberikan argumentasi terhadap penelitian sebelumnya yang hanya menganalisis satu sudut pandang saja dalam hal perjanjian endorsement.

Metode analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis preskriptif, yaitu analisis dengan memberikan argumentasi guna memberikan preskripsi atau penilaian mengenai benar atau keliru atau apa yang selayaknya menurut hukum.¹² Penelitian ini memberikan penilaian untuk menemukan keabsahan perjanjian endorsement yg dilakukan oleh anak yang diperbolehkan menurut undang-undang, serta untuk menemukan perlindungan hukum bagi anak pelaku endorsement.

¹⁰ Mukti Fajar dan Yulianto Ahmad, *Loc.cit* hlm. 157-158

¹¹ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Op.cit*, hlm. 109

¹² Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Op.cit*, hlm. 184