

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999

Rahmadany¹, Anto Mutriady², Nufaris Elisa³

¹Institusi afiliasi Universitas Amir Hamzah, Jl. Pancing Pasar V Barat Medan Estate

*Email korespondensi: antomutriady@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengambil topik “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999” Di Desa Lubuk Cemara Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai”. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, khalayak sasaran yang ditentukan untuk diberikan penyuluhan hukum adalah masyarakat di Desa Lubuk Cemara Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Penyuluhan hukum ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat terkait pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen terkait iklan yang menyesatkan untuk menghindari terjadi kerugian bagi pihak konsumen disebabkan tindakan tidak bertanggung jawab yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Lubuk Cemara Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara, pada hari Jumat 23 Mei 2025 dimulai pada pukul 09.00 Wib sampai dengan pukul 12.00 Wib dengan pemateri dosen dari Fakultas Hukum Universitas Amir Hamzah Medan. Dihadiri oleh masyarakat Desa Lubuk Cemara, Bapak Kepala Desa Lubuk Cemara Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai beserta jajarannya. Hasil dari pengabdian ini diketahui bahwa masih banyak masyarakat di Desa Lubuk Cemara yang tidak mengetahui tentang adanya perlindungan hukum terhadap konsumen terkait iklan yang menyesatkan dan masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan memahami tentang undang-undang nomor 8 tahun 1999, maka dengan adanya sosialisasi ini maka diharapkan bertambah wawasan dan pemahaman masyarakat tentang perlindungan hukum terhadap konsumen terkait iklan yang menyesatkan menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Konsumen, Iklan Menyesatkan*

Article Info

Received date: 25 June 2025

Revised date: 27 June 2025

Accepted date: 13 July 2025

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yang harus dilaksanakan setiap program studi di Perguruan Tinggi secara seimbang antara pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Mengenai kegiatan pengabdian pada masyarakat ini hendaknya dilaksanakan sesuai dengan bidang konsentrasi keahlian ilmu yang dimiliki masing-masing.

Hal yang urgen dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah biasa mewujudkan dan mempererat tali silaturahmi antara civitas Perguruan Tinggi dengan lingkungan masyarakat, khususnya masyarakat yang dipilih oleh pelaksana kegiatan pengabdian sebagai sasaran untuk melaksanakan kegiatan tersebut.

Maksud dan Tujuan Kegiatan

Adapun maksud dan tujuan kegiatan dalam pengabdian ini adalah:

1. Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen, dan memberikan pemahaman tentang Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999.
2. Memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang iklan yang menyesatkan dan apa saja kerugian yang akan dialami konsumen terkait iklan yang menyesatkan tersebut.
3. Menjalin silaturahmi antara dosen, mahasiswa dan seluruh civitas akademisi Perguruan Tinggi dengan lingkungan seluruh masyarakat luas di Indonesia, khususnya daerah-daerah tertentu yang dipilih oleh pelaksana pengabdian.

METODE

Tema kegiatan

Adapun tema kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah “perlindungan hukum terhadap konsumen terkait iklan yang menyesatkan menurut undang undang nomor 8 tahun 1999”

Waktu Kegiatan

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 23 Mei tahun 2025, mulai pukul 09.00 Wib sampai dengan pukul 12.00 Wib.

Tempat/Lokasi Kegiatan

Adapun tempat/lokasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Lubuk Cemara, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.

Materi

Untuk materi yang disajikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah disampaikan langsung kepada masyarakat secara tatap muka oleh penyaji sendiri dengan metode seperti:

1. Ceramah
2. Diskusi
3. Tanya jawab

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Aula Kantor Desa Lubuk Cemara, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara, maka diperoleh beberapa hasil kegiatan, dimana dalam kegiatan ini antusias masyarakat dalam mengikuti kegiatan cukup baik. Dihadiri oleh 30 orang peserta yang terdiri dari ibu-ibu, bapak-bapak dan pemuda pemudi yang berada di wilayah Desa Lubuk Cemara, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. Dari sesi tanya jawab dan persentase maka diperoleh hasil bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen terkait iklan yang menyesatkan menurut undang undang nomor 8 tahun 1999.



Gambar 1. Pelaksanaan PKM



Gambar 1. Pelaksanaan PKM

SIMPULAN

Iklan menyesatkan adalah suatu berita pesanan yang mendorong, membujuk khalayak ramai

mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar atau majalah, namun isi berita yang disajikan belum diketahui kebenarannya. Dampak negatif yang ditimbulkan Konsumen akan mengalami kerugian karena salah dalam memilih atau membeli barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi oleh hukum.

Perlindungan hukum bagi konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, yaitu dengan adanya pengaturan dalam Bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 7 mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dan juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Dalam Bab IV upaya UUPK untuk melindungi konsumen, yaitu terdapatnya aturan mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha yang mengiklankan produknya larangan-larangan tersebut dapat dilihat dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13 dan Pasal 17. Bentuk lainnya untuk melindungi konsumen, yaitu dengan dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang diatur pada Bab VIII UUPK dari Pasal 31 sampai Pasal 43. Dalam Tata cara periklanan di Indonesia terdapat prinsip atau asas umum yaitu; Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.

Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan merendahkan martabat agama, tata susila, adat, budaya, suku dan golongan. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap iklan yang menyesatkan terdapat dalam UUPK khususnya terdapat dalam Pasal 20 yang menyatakan bahwa Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Sistem pembuktiannya diatur dalam Pasal 22 dan Pasal 28. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah *strict liability* atau tanggung jawab secara langsung atau mutlak. Tanggung jawab secara langsung tersebut tersirat dalam Pasal 7 sampai dengan pasal 11 dan lebih tegas dinyatakan dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK.

Setiap komponen pemasaran mempunyai tanggung jawab menurut peran dan keterlibatan masing-masing dalam penciptaan dan penyebaran pesan-pesan iklan. Pengiklan bertanggungjawab atas benarnya informasi tentang produk yang diberikan kepada Perusahaan Periklanan. Perusahaan Periklanan bertanggungjawab atas ketepatan unsur *persuasi* yang dimasukkannya dalam pesan iklan. Media Periklanan bertanggungjawab atas kesepadanan antara pesan iklan yang disiarkannya dengan nilai-nilai sosial-budaya dari profil khalayak sasarannya. Jadi bentuk tanggung jawab tergantung pada berapa besar keterlibatan pelaku usaha atas iklan yang ditawarkan tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kepala Desa Lubuk Cemara Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara sehingga program Pengabdian Kepada Masyarakat dapat berjalan lancar. Terimakasih juga kepada para warga masyarakat khususnya Desa Lubuk Cemara Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara sebagai mitra dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

REFERENSI

- Celina Tri Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra AdityaBakti, Bandung.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.