

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN
AKIBAT IKLAN MAKANAN TIDAK SESUAI DENGAN ASLINYA
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Putusan Nomor 1782/Pid.Sus/2021/PN.Sby)**

Oleh:

VIYANA NURSEFHIA

E1A019017

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang disebut dengan era globalisasi dimanfaatkan beberapa pelaku usaha mencoba memasarkan produk makanan mereka melalui sistem online berupa iklan dimana pembuatan gambar di desain sebgus dan sekreatif mungkin agar masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan tetapi masih banyak pelaku usaha yang mencari keuntungan dengan mengiklankan makanan yang tidak sesuai dengan aslinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen akibat iklan makanan tidak sesuai dengan aslinya dalam Putusan Nomor 1782/Pid.Sus/2021/PN.Sby ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Sumber data yang digunakan ialah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang dilakukan dengan studi kepustakaan. Data disajikan dalam bentuk uraian logis, sistematis, dan rasional kemudian dianalisis secara normatif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, konsumen telah mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan Pasal 8 huruf f jo. Pasal 62 ayat (1) UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dengan menjatuhkan pidana penjara selama 3 (tiga) bulan. Putusan tersebut menjadi bukti bahwa Hakim telah memberikan perlindungan hukum atas hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 huruf a dan c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Iklan, Makanan.

**LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS THAT ARE HARMED BY FOOD
ADVERTISING THAT DOES NOT COMPATIBLE WITH THE ORIGINALS
BASED ON LAW NUMBER 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER
PROTECTION**

(Study of Decision Number 1782/Pid.Sus/2021/PN.Sby)

By:

VIYANA NURSEFHIA

E1A019017

ABSTRACT

The development of the era, which is called the epidemic era, has been used by several business actors trying to market their food products through an online system in the form of advertisements where the images are designed as good and as creative as possible so that people are interested in the products offered, but there are still many business actors who seek profits by advertising food products that are does not match the original. This study aims to determine legal protection for consumers due to food advertisements that do not match the original in Decision Number 1782/Pid.Sus/2021/PN.Sby in terms of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

The method used in this research is normative juridical with analytical descriptive research specifications. The data sources used are primary legal materials and secondary legal materials which are carried out by means of literature studies. The data is presented in the form of logical, systematic, and rational descriptions and then analyzed qualitatively normatively.

Based on the results of research and discussion, consumers have received legal protection under Article 8 letter f jo. Article 62 paragraph (1) Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection by imposing a prison sentence of 3 (three) months. The decision is proof that the Judge has provided legal protection for consumer rights contained in Article 4 letters a and c of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

Keywords: Legal Protection, Consumers, Advertising, Food.