

ABSTRAK

Tanggungjawab Pelaku Usaha Periklanan Atas Kerugian Yang Diderita Konsumen Pengguna Jasa Iklan Di Cv. Rumah Iklan Berdasarkan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Jasa periklanan sebagai pelaku usaha perlu menyikapi beberapa hal dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu untuk senantiasa bersikap jujur, bertanggung jawab dan profesional dalam menjalankan usahanya sehingga dapat mendorong terciptanya usaha yang tangguh dalam menghadapi persoalan tentang jasa periklanan. Di sisi lain, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan piranti hukum yang melindungi konsumen

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif, spesifikasi penelitian adalah deskriptif dengan menggunakan data sekunder dan primer yang disajikan dengan uraian secara sistematis dan logis, kemudian dianalisis secara kualitatif.

Tanggungjawab Pelaku Usaha Periklanan Atas Kerugian Yang Diderita Konsumen Pengguna Jasa Iklan Di Cv. Rumah Iklan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sudah sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1474 KUH Perdata, Pasal 36 ayat (1) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 7 Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor : 25/Per/M.Kominfo/5/2007 Tentang Penggunaan Sumber Daya Dalam Negeri.

Kata kunci : Tanggung Jawab, Pelaku Usaha, Periklanan

ABSTRACT

Advertising services as businesses need to address a few things with the issuance of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection, which is to always be honest, responsible and professional in running their business so as to encourage the creation of a strong effort in dealing with the issue of advertising services. On the other hand, Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection is a legal tool that protects consumers

The method used in this research is normative juridical method, the specification is a descriptive study using secondary and primary data are presented with descriptions systematically and logically, then analyzed qualitatively.

Responsibility of Business Actors Advertising For Loss Suffered Customer Service User Ads On Cv. House for rent Based on Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection Regulations was appropriate with Article 19 (1) No. 8 of 1999 on Consumer Protection, Article 1474 of the Civil Code, Article 36 paragraph (1) of Law Number 32 Year 2002 on Broadcasting, Article 7 of the Regulation of the Minister of Communication and Information of the Republic of Indonesia Number: 25 / per / M.Kominfo / 5/2007 About the Use of Domestic Resources.

Keywords: Responsibility, business communities, Advertising