

**TANGGUNG JAWAB YURIDIS SEORANG *BRAND AMBASSADOR* ATAS
TINDAKAN YANG MERUGIKAN PIHAK PENGGUNA JASANYA
(Studi Putusan Nomor 50/Pdt.G/2024/PN Pdg)**

Oleh:

Sonia Emilia Putri

E1A022152

ABSTRAK

Penggunaan *brand ambassador* menjadi salah satu strategi pemasaran yang banyak dipilih pelaku usaha untuk meningkatkan citra dan penjualan produk. Namun, kerja sama ini dapat menimbulkan sengketa apabila tindakan *brand ambassador* menimbulkan kerugian bagi pengguna jasanya, sebagaimana terjadi dalam Putusan Nomor 50/Pdt.G/2024/PN Pdg, di mana Tergugat sebagai *brand ambassador* toko Penggugat mengunggah video pada *Instagram Story* yang memperlihatkan dirinya membuang perhiasan imitasi ke tempat sampah sehingga menimbulkan persepsi negatif publik terhadap toko Penggugat dan menimbulkan kerugian bagi Penggugat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab yuridis *brand ambassador* atas tindakan yang merugikan pengguna jasanya serta pertimbangan hukum hakim dalam mengabulkan tuntutan ganti rugi. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, kasus, dan konseptual. Spesifikasi penelitian ini termasuk dalam penelitian preskriptif dengan sumber data berupa data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk teks naratif dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis normatif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab yuridis *brand ambassador* didasarkan pada terpenuhinya keempat syarat Pasal 1365 KUHPerdara yaitu adanya perbuatan melawan hukum terlihat dari unggahan video *Instagram Story* Tergugat yang membuang perhiasan imitasi milik toko Penggugat ke tempat sampah, adanya kesalahan karena Tergugat secara sadar menimbulkan kerugian bagi Penggugat, adanya kerugian materiil berupa penurunan omzet penjualan, adanya hubungan sebab akibat karena kerugian Penggugat timbul akibat tindakan Tergugat, sehingga Tergugat dinyatakan bertanggung jawab atas perbuatan melawan hukum yang dilakukannya dengan berlandaskan prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan. Majelis Hakim hanya mengabulkan sebagian tuntutan kerugian materiil sebesar Rp. 329.139.500,00 yang dikategorikan sebagai "bunga" (keuntungan yang hilang). Oleh karena itu, jenis penuntutan yang dikabulkan berupa pernyataan adanya perbuatan melawan hukum serta ganti rugi dalam bentuk uang sebagai kompensasi atas kerugian nyata. Sementara itu, tuntutan kerugian materiil lainnya dan kerugian immateriil tidak dikabulkan karena Penggugat tidak berhasil membuktikannya.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Perbuatan Melawan Hukum, Ganti Rugi*

**LEGAL RESPONSIBILITY OF A BRAND AMBASSADOR FOR ACTIONS THAT
ARE DETRIMENTAL TO THE USERS OF THEIR SERVICES**

(Study of Decision Number 50/Pdt.G/2024/PN Pdg)

By:

Sonia Emilia Putri

E1A022152

ABSTRACT

The use of brand ambassadors has become one of the most popular marketing strategies chosen by businesses to improve the image and sales of their products. However, this collaboration can lead to disputes if the actions of the brand ambassador cause harm to the users of their services, as occurred in Decision Number 50/Pdt.G/2024/PN Pdg, where the Defendant, as the brand ambassador for the Plaintiff's store, uploaded a video on Instagram Story showing himself throwing imitation jewelry into the trash, thereby creating a negative public perception of the Plaintiff's store and causing losses to the Plaintiff. This study aims to analyze the legal responsibility of brand ambassadors for actions that harm their service users and the legal considerations of judges in granting claims for damages. The research method used is normative juridical with a legislative, case, and conceptual approach. The specifications of this study are included in prescriptive research with secondary data obtained through literature study. The collected data is presented in the form of narrative text, and the data analysis method used is qualitative normative analysis. The results of the investigation indicate that the legal responsibility of the brand ambassador is based on the fulfillment of the four requirements of Article 1365 of the Civil Code, namely the existence of an unlawful act as seen in the Defendant's Instagram Story video upload, which shows the Defendant throwing the Plaintiff's imitation jewelry into the trash, the existence of fault because the Defendant consciously caused losses to the Plaintiff, the existence of material losses in the form of a decline in sales turnover, the existence of a causal relationship because the Plaintiff's losses arose as a result of the Defendant's actions, so that the Defendant was declared liable for the unlawful act he committed based on the principle of liability based on fault. The Panel of Judges only granted part of the claim for material damages in the amount of IDR 329,139,500.00, which was categorized as "interest" (lost profits). Therefore, the type of claim that was granted was a statement of unlawful acts and monetary compensation for actual losses. Meanwhile, other material damages and immaterial damages were not granted because the Plaintiff failed to prove them.

Keywords: Brand Ambassador, Unlawful Acts, Compensation