

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari pembahasan sebagaimana telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil iklan *online* pada media sosial, khususnya yang ditayangkan oleh 3 media sosial yaitu *Facebook*, *Twitter* dan *Website* menunjukkan bahwa:
  - a. Terdapat tayangan iklan *online* sekitar 12 iklan *online* di setiap minggunya yang di konsumsi para konsumen.
  - b. Dari penelitian terhadap 12 iklan *online* yang tayang ini terdapat hasil profil iklan online yang sudah memenuhi ketentuan dan yang tidak memenuhi ketentuan yang tayang di *Facebook*, *Twitter* dan *Website* sebagai berikut:
    - 1) Memberitahukan identitas nama dan alamat kepada konsumen  
Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial sudah memenuhi ketentuan ini 10 iklan dalam jumlah prosentasenya (83,33 %), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 2 iklan dalam jumlah prosentasenya (16,67%).
    - 2) Memberitahukan hak-hak konsumen  
Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 0 iklan dalam jumlah prosentasenya ( 0 %),

sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 12 iklan dalam jumlah prosentasenya (100%).

3) Memberitahukan ciri-ciri barang

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 10 iklan dalam jumlah prosentasenya (83,33%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 2 iklan dalam jumlah prosentasenya (16,67%).

4) Memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 2 iklan dalam jumlah prosentasenya (16,67%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 10 iklan dalam jumlah prosentasenya (83,33%).

5) Tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 12 dalam jumlah prosentasenya (100%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 0 iklan dalam jumlah prosentasenya ( 0 %).

6) Memberitahukan efek samping

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 0 iklan dalam jumlah prosentasenya ( 0 %),

sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 12 iklan dalam jumlah prosentasenya (100%).

7) Memberitahukan batas waktu pengembalian barang

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 1 iklan dalam jumlah prosentasenya (8,33%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 11 iklan dalam jumlah prosentasenya (91,67%).

8) Memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 0 iklan dalam jumlah prosentasenya (0%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 12 dalam jumlah prosentasenya (100%).

9) Logo/Label

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 9 iklan dalam jumlah prosentasenya (75%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 3 iklan dalam jumlah prosentasenya (25%).

10) Pencantuman Harga

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 9 iklan dalam jumlah prosentasenya (75%), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 3 dalam jumlah prosentasenya (25%).

## 11) Bahasa

Sebanyak 12 iklan *online* yang tayang di 3 media sosial yang sudah memenuhi ketentuan ini 0 iklan dalam jumlah prosentasenya ( 0 %), sedangkan yang tidak memenuhi ketentuan ini 12 iklan dalam jumlah prosentasenya (100%).

2. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis pada perlindungan hukum yang diberikan pada konsumen iklan *online* terhadap iklan *online* diatas menunjukkan bahwa:

a. Profil iklan online yang sudah memenuhi ketentuan memiliki perlindungan hukum terhadap konsumen dari enam undang-undang yaitu:

1) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran pada Pasal-pasalnya sebagai berikut:

a) Pasal 5 huruf i

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan online, tidak memberitahkan ciri-ciri barang yang di iklankan lewat media sosial

b) Pasal 46 ayat 3 huruf a

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan.

## c) Pasal 37

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus menggunakan bahasa yang baik dan benar sesuai dengan peraturan yang berlaku.

## 2). Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

## a) Pasal 8 ayat 1 huruf i

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan identitas nama dan alamat kepada konsumen.

## b) Pasal 4

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan hak-hak konsumen.

## c) Pasal 9

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan ciri-ciri barang.

## d) Pasal 17 a

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan

iklan *online*, memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman.

e) Pasal 9 ayat 1 huruf j

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan efek samping.

f) Pasal 8 ayat 1 huruf j

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

g) Pasal 8 ayat (1) huruf i

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, mengenai logo/label.

h) Pasal 10

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, mengenai pencantuman harga.

3). Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang PERS

a) Pasal 12

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan

iklan *online*, memberitahukan identitas nama dan alamat kepada konsumen.

b) Pasal 13 huruf a

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan.

4). Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

a) Pasal 28 ayat 1

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan ciri-ciri barang.

b) Pasal 9

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran.

c) Pasal 27 ayat 1

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan.

d) Pasal 16 huruf d

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan

5). Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik

a) Pasal 35 ayat 1 huruf a

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahkan identitas nama dan alamat kepada konsumen.

b) Pasal 24 ayat 2

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan hak-hak konsumen

c) Pasal 25 b

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan ciri-ciri barang

d) pasal 26 ayat 2

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan



iklan *online*, memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman.

e) Pasal 49 ayat 3

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan batas waktu pengembalian barang

f) Pasal 48 ayat 3 huruf d

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, pencantuman harga.

g) Pasal 48 ayat 1

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, bahasa yang disampaikan dalam iklan online.

6). Tata Krama Periklanan

a) Asas huruf (a,b,c)

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan

## b) 2.3.7

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan efek samping

## c) 4.7.6

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahukan batas waktu pengembalian barang

## d) 1.22.1

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, logo/label

## e) 1.6

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, pencantuman harga.

## f) 1.2

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, bahasa yang digunakan.

- b. Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan, berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dari enam undang-undang yaitu:

2) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran pada Pasal-pasal nya sebagai berikut:

a) Pasal 5 huruf i

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak memberitahukan ciri ciri barang yang di iklankan lewat media sosial

b) Pasal 46 ayat 3 huruf a

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan.

c) Pasal 37

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang harus menggunakan bahasa yang baik dan benar sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2). Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

a) Pasal 8 ayat 1 huruf i

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang harus memberitahukan identitas nama dan alamat kepada konsumen.

b) Pasal 4

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang harus memberitahukan hak-hak konsumen.

c) Pasal 9

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang harus memberitahukan ciri-ciri barang.

d) Pasal 17 a

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang harus Memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman.

## e) Pasal 9 ayat 1 huruf j

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang harus memberitahukan efek samping

## f) Pasal 8 ayat 1 huruf j

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang seharusnya memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

## g) Pasal 8 ayat (1) huruf i

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, mengenai logo/label

## h) Pasal 10

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, mengenai pencantuman harga.

3). Undang-Undang No 40 Tahun 1999 Tentang PERS

a) Pasal 12

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, memberitahakan identitas nama dan alamat kepada konsumen.

b) Pasal 13 huruf a

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan.

4). Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

a) Pasal 28 ayat 1

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, yang seharusnya memberitahukan ciri-ciri barang

b) Pasal 9

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen

terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran

c) Pasal 27 ayat 1

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tidak merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan.

d) Pasal 16 huruf d

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan

5). Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik

a) Pasal 35 ayat 1 huruf a

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan identitas, nama dan alamat kepada konsumen.

## b) Pasal 24 ayat 2

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan hak-hak konsumen

## c) Pasal 25 b

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan ciri-ciri barang

## d) pasal 26 ayat 2

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman

## e) Pasal 49 ayat 3

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan batas waktu pengembalian barang



## f) Pasal 48 ayat 3 huruf d

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tentang pencantuman harga

## g) Pasal 48 ayat 1

Pasal ini merupakan wujud perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, bahasa yang disampaikan dalam iklan *online*

## 6). Tata Krama Periklanan

## a) Asas huruf (a,b,c)

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, Tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan

## b) 2.3.7

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan efek samping.

## c) 4.7.6

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, harus memberitahukan batas waktu pengembalian barang

## d) 1.22.1

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, tentang logo/label

## e) 1.6

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online* tentang pencantuman harga

## f) 1.2

Profil iklan *online* yang tidak memenuhi ketentuan ini berarti tidak memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap informasi yang tidak jelas dari tayangan iklan *online*, bahasa yang harus digunakan.

3. Masing-masing undang-undang yaitu Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS, Undang-

undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Tata Krama Periklanan, memiliki kekurangan dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* yaitu sebagai berikut:

a. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

Memiliki kekurangan tidak ada Pasal yang memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* terhadap profil iklan *online* yang tidak memberitahkan identitas nama dan alamat kepada konsumen, yang tidak memberitahkan hak-hak konsumen, memberitahkan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman, memberitahkan efek samping, Memberitahkan batas waktu pengembalian barang, memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, logo/label, pencantuman harga dan bahasa.

b. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki kekurangan tidak ada Pasal yang memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* terhadap profil iklan *online* yang tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan, memberitahkan batas waktu pengembalian barang dan bahasa

c. Undang-undang nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS

Memiliki kekurangan tidak ada Pasal yang memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* terhadap profil iklan *online* yang tidak memberitahkan hak-hak konsumen, memberitahkan ciri-ciri barang,

memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman, memberitahukan efek samping, memberitahukan batas waktu pengembalian barang, memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, logo/label, pencantuman harga, dan bahasa

- d. Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Memiliki kekurangan tidak ada Pasal yang memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* terhadap profil iklan *online* yang tidak memberitahukan identitas nama dan alamat kepada konsumen, memberitahukan hak-hak konsumen, memberitahukan efek samping, memberitahukan batas waktu pengembalian barang, logo/label, pencantuman harga dan bahasa.

- e. Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik

Memiliki kekurangan tidak ada Pasal yang memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* terhadap profil iklan *online* yang tidak boleh menyinggung perasaan, merendahkan martabat, agama, tata susila, budaya, suku dan golongan, memberitahukan efek samping, memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, dan logo/label.

- f. Tata Krama Periklanan

Memiliki kekurangan tidak ada pasal yang memberikan perlindungan hukum pada konsumen iklan *online* terhadap profil iklan *online* yang tidak memberitahukan identitas nama dan alamat kepada konsumen, memberitahukan hak-hak konsumen, memberitahukan ciri-ciri barang, memberitahukan cara

pelaksanaan perjanjian, pembayaran dan pengiriman, dan memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

## **B. SARAN**

1. Melihat perlindungan hukum yang diberikan oleh enam Undang-undang yaitu Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Tata Krama Periklanan, maka dapat penulis sarankan agar perlindungan hukum terhadap konsumen iklan *online* perlu mendapatkan perhatian lebih karena sangat minim sekali perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen.
2. Dengan adanya konklusi dari enam undang-undang yaitu Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang PERS, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Tata Krama Periklanan, pada perlindungan hukum konsumen terhadap iklan *online*, maka seharusnya pembuat undang-undang lebih jeli terhadap realita yang terjadi pada penyiaran iklan *online* yang banyak yang tidak sesuai dengan pengaturan yang telah mengaturnya, sebagai langkah antisipasi hendaknya pembuat undang-undang membenahi kembali isi dari keenam undang-undang tersebut.

### **C. PENUTUP**

Alhamdulillah, Ucap syukur hanya tertuu kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semua ini juga tidak terlepas dari dukungan yang diberikan oleh semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih ada kekurangannya dan juga keterbatasan penulis, oleh karena itu, adanya kritik dan saran-saran yang sifatnya membangun untuk perbaikan dikemudian hari, penulis akan menerima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.