Tinjauan Yuridis Tanggung Jawab Influencer Yang Melakukan Endorse Produk Skincare Mengandung Bahan Berbahaya Bagi Masyarakat

**Dwi Atmoko1 , Adhalia Septia Saputri 2**

1,2 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: dwi.atmoko@dsn.ubharajaya.ac.id, adhalia.septia.saputri@dsn.ubharajaya.ac.id

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Kata kunci:***  Endorse, Influencer, Perawatan Kulit, Masyarakat  ***Keywords:***  Endorse, Influencer, Skincare, Society |  | **ABSTRAK** |
|  | Kosmetik merupakan produk yang melekat pada sebagian besar masyarkat terutama kaum wanita, seiring dengan perkembangan zaman para pelaku usaha gencar memproduksi produk kosmetiknya lalu memasarkan produk-produknya menggunakan sosial media, yaitu menggunakan jasa endorsement. Namun hal ini dimanfaatkan secara negatif oleh pelaku usaha dengan menjual dan memasarkan kosmetik berbahaya dan tidak memiliki izin edar oleh BPOM di media sosial, yang dalam hal ini menggunakan jasa endorsement artis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pertanggungjawaban seorang influencer yang dalam praktik melakukan kegiatan endorse ditemui produk skincare illegal, serta mengetahui pertanggungjawaban pelaku usaha yang memproduksi skincare illegal. Penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif yakni penelitian yang dilakukan dengan cara melihat, menelaah hukum serta hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas-asas hukum, sejarah hukum, perbandingan hukum yang berkenaan dengan masalah yang akan dibahas. Hasil dari penelitian ini bahwa influencer dapat disebut sebagai membantu pelaku mengedarkan produknya illegal tersebut melalui sosial media pribadi walaupun sebelumnya tidak mengetahui bahwa produk yang dipromosikan merupakan produk illegal, yang seharusnya melakukan pemeriksaan terhadap produk yang akan dipromosikan produk skincare tersebut aman digunakan dan telah memiliki izin edar BPOM yang telah dilakukan uji klinis terhadap skincare tersebut yang telah tercantum pada kemasan produk, maka para influencer tersebut dapat dikenaka sanksi pidana dengan Pasal 55 dan 56 Kitab Kitab Undang-undang Hukum Pidana yaitu Pasal 55 KUHP (turut melakukan).  Cosmetics are a product that is inherent in mos1t people, especially women, along with the times, business actors are intensively producing their cosmetic products and then marketing their products using social media, namely using endorsement services. However, this is used negatively by business actors by selling and marketing dangerous cosmetics and do not have a distribution permit by BPOM on social media, which in this case uses artist endorsement services. This study aims to find out how the responsibility of an influencer who in practice endorses illegal skincare products is encountered, as well as knowing the responsibility of business actors who produce illegal skincare. This research is normative juridical research, namely research conducted by observing, studying law and theoretical matters concerning legal principles, legal history, comparative law relating to the issues to be discussed. The results of this study show that influencers can be called as helping perpetrators to distribute their illegal products through personal social media, even though they did not previously know that the products being promoted were illegal products, those who were supposed to carry out inspections of the products to be promoted were safe to use and had distribution permits. BPOM which has carried out clinical trials on skincare which has been listed on the product packaging, these influencers can be subject to criminal sanctions under Articles 55 and 56 of the Criminal Code, namely Article 55 of the Criminal Code (co- conducting). |
| *Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi* [*CC BY-SA*](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) *.*  *This is an open access article under the* [*CC BY-SA*](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) *license.* | | |

**PENDAHULUAN**

Media komunikasi merupakan segala sarana yang dapat digunakan untuk memproduksi, menyebarkan, mereproduksi, dan menyampaikan informasi. Saat ini salah satu media yang sangat berperan dengan kehidupan masyarakat adalah media sosial, dengan semakin mudah, cepat, efesien, dan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja membuat masyarakat menjadi lebih dekat dengan keberadaan media sosial. Selain itu keberadaan media sosial juga untuk mempermudah masyarakat untuk berinteraksi sosial, menjadi sarana komunikasi, bekerjasama, dan berdiskusi. Berkembangnya teknologi belakangan ini bisa dilihat pada kecanggihan sistem telekomunikasi dan informasi dari waktu ke waktu, Adapun salah satu bentuk media sosial yang sering dijumpai saat ini adalah Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter, dll. Penggunaan teknologi media sosial inipun dapat mendatangkan keuntungan tersendiri dari segi bisnis yaitu dalam bentuk memasarkan seuatu barang/produk, namun keberadaan sarana tersebut bisa memudahkan terjadinya kejahatan yang menggunakan teknologi informasi.

Undang-Undang mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik bertujuan untuk mengatur serta membatasi kegiatan yang ada pada media sosial yang bertentangan dengan hukum yang ada di Indonesia. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, harus dapat melindungi berbagai kepentingan hukum untuk melindungi kebebasan berbicara, menyampaikan pendapat dengan lisan dan tulisan. Selain itu, terkait kepentingan hukum untuk melindungi kebebasan berkomunikasi dan memperoleh informasi sebagai hak yang bersifat hak konstitusional warga negara.

Globalisasi sekarang, berdampak dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk cara manusia memperoleh dan memberikan sebuah informasi. Dengan media sosial, seseorang bisa melakukan aktivitas komunikasi sekaligus menyampaikan ataupun memperlihatkan identitas dirinya pada hubungannya menggunakan kehidupan sosial, oleh sebab itu dalam mengikuti arus era globalisasi ini membuat masyarakat semakin giat memanfaatkan teknologi komunikasi, yakni dengan cara menggunakan pemasaran digital atau yang biasa disebut dengan Endorse yang menjadi sebuah sarana inovasi promosi baru yang efektif. Umumnya, pihak dari pelaku usaha yang akan melaksanakan kegiatan Endorse. Endorse adalah salah satu cara bagi para pelaku usaha untuk berupaya mempromosikan barangnya dengan cara memakai jasa orang lain dengan cara mempromosikan lewat media sosial dan biasanya orang tersebut berasal dari kalangan artis maupun tokoh tertentu yang dianggap berpengaruh atau yang biasa disebut dengan Influencer.

Penelitian ini spesifik membahas menganai produk skincare yang seringkali didapati fakta bahwa pihak yang mempromosikan dalam hal ini Influencer tidak memahami betul bagaimana produk skincare yang dipromosikan tersebut, umumnya seorang influencer hanya akan memperkenalkan produk tersebut kelebihannya saja tanpa mengetahui dampak apa yang bisa terjadi setelah pemakaian produk skincare tersebut, yang pada akhirnya konsumen pun sering kali dirugikan dalam praktiknya, sementara dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan huruf a menegaskan bahwa Kesehatan merupakan bagian dari hak asasi manusia, serta sebagai salah satu unsur kesejahteraan yang wajib diwujudkan suatu negara sejalan dengan cita-cita bangsa Indonesia yang terkandung dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Tahun 1945. Kebutuhan konsumen terhadap informasi yang diperoleh dari suatu produk sangat penting, dengan adanya informasi yang benar akan membuat konsumen dapat berhati-hati dalam memilih produk yang aman untuk digunakan sesuai dengan kebutuhan, apabila konsumen memperoleh informasi yang salah, maka akan dapat menimbulkan kerugian.

Dalam pasal 28 ayat (1) Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Hydroquinone adalah bahan kimia larut dalam air dengan nama kimia 1,4 Benzenediol. Dalam pemakaian skincare hydroquinone yang terkandung didalamnya dengan mudah diserap kedalam tubuh melalui pori-pori kulit dan dialirkan keseluruh tubuh hingga mencemari darah. Penggunaan hydroquinone sangat berbahaya apalagi jika digunakan pada wanita hamil, dapat menyebabkan pertumbuhan janin terganggu, bisa terjadi keguguran dan cacat lahir.

Penggunaan hydroquinone dilarang dalam Peraturan Kepala Badan POM No.18 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, hal ini dikarenakan efek samping penggunaan dari hydroquinone pada kulit adalah iritasi, kulit menjadi merah/ eritema dan rasa terbakar, efek tersebut akan terjadi Ketika pemakaian hydroquinone dalam konsentrasi tinggi yaitu diatas 4%. Bersumber pada peraturan BPOM, produk mempunyai hidrokuinon yang dijual bebas sebagai bahan kosmetik hanya boleh digunakan salah satunya buat bahan pengoksidasi warna pada pewarna rambut, dengan ketentuan bobot kandungan paling besar sebesar 0.3 persen dan untuk kuku artifisial dengan bobot kandungan maksimum sebesar 0,02 persen selesai pencampuran dikala saat sebelum digunakan. Sebaliknya buat produk krim pemutih wajah yang dijual bebas, sepatutnya hidrokuinon tidak digunakan. Namun, kerap kali ditemukan dikrim yang dijual gelap, online, tidak memiliki sertifikasi BPOM mempunyai hydroquinone. Hydroquinone sering disalahgunakan sebagai pemutih tambahan pada kosmetik yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan menghemat biaya produksi karena harganya yang murah. Untuk mengetahui Pertanggungjawaban hukum terhadap Influencer yang melakukan Endorse produk Skincare mengandung bahan berbahya bagi masyarakat dalam akun media sosial.Untuk mengetahui sanksi bagi pelaku usaha yang memproduksi produk Skincare mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat berdasarkan Undang- Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.

**METODE**

Penelitian adalah terjemahan dari bahasa Inggris research. Ada juga ahli yang menerjemahkan research sebagai riset. Research itu sendiri berasal dari kata re, yang berrati “kembali” dan to search yang berarti “mencari kembali” menurut kamus Webster’s New International, penelitian adalah penyeledikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip, suatu penyelidikan yang sangat cerdiki untuk menetapkan sesuatu. Pendekatan Perundang - Undangan (statute approach) adalah penelitian yang mengutamakan bahan hukum yang berupa peraturan Perundang-Undangan sebagai bahan acuan dasar dalam melakukan sebuah penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh deskripsi analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang bersangkut paut dengan permasalahan (isu hukum) yang diangkat dalam penelitian ini. Undang- Undang tersebut harus mencerminkan gagasan yang ada dibelakangnya yaitu suatu keadilan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa: “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subyek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang ertentangan. Selanjutnya Hans Kelsen menyatakan bahwa: “Kegagalan untuk melakukan kehati-hatian yang diharuskan oleh hukum disebut kekhilafan (negligence) dan kekhilafan biasanya dipandang sebagai satu jenis laindari kesalahan (culpa), walaupun tidak sekeras kesalahan yang terpenuhi karena mengantisipasi dan menghendaki, dengan atau tanpa maksud jahat, akibat yang membahayakan.

Pembuktian berasal dari kata “bukti” yang dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sesuatu yang menyatakan kebenaran peristiwa atau keterangan nyata”. Pembuktian adalah merupakan tindakan atau perbuatan untuk membuktikan kebenaran atas suatu peristiwa yang telah terjadi. Menurut M. Yahya Harahap Pembuktian adalah ketentuan-ketentuan yang berisi penggarisan dan pedoman tentang cara-cara yang dibenarkan undang-undang untuk membuktikan kesalahan yang didakwakan kepada terdakwa. Pembuktian juga merupakan ketentuan yang mengatur alat-alat bukti yang dibenarkan undang-undang yang boleh dipergunakan hakim dalam membukitkan kesalahan terdakwa. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa M.Yahya Harahap dalam memandang pembuktian lebih menitik beratkan pada aspek penyajian alat-alat bukti, apakah alat bukti yang diajukan sah menurut hukum atau tidak. Karena jika alat bukti yang diajukan tidak sesuai dengan pedoman yang ada dalam undang-undang, maka konsekuensinya adalah keabsahan dan nilai pembuktian yang diajukan tersebut tidak dapat dinyatakan sebagai alat bukti yang sah.

Dari pengertian tersebut diatas, maka dapat diketahui bahwa kata dasar dari pembuktian adalah bukti, bukti dapat diartikan sebagai suatu hal yang cukup memperlihatkan kebenaran suatu hal. Penjelasan tentang pembuktian apabila ditinjau dari kaca mata hukum, pembuktian adalah suatu cara, proses atau perbuatan untuk memberi bukti bahwa seseorang bersalah atau tidak bersalah dalam suatu peristiwa hukum didalam proses peradilan. Jadi Pembuktian adalah suatu pencarian kebenaran materiil dimuka persidangan guna membuktikan kesalahan terdakwa menurut pasal yang didakwakan dengan menggunakan alat-alat bukti menurut undang-undang sebagai pertimbangan hakim dalam memutuskan suatu perkara.

Dengan berkembangan zaman dan semakin berkembangnya kesadaran diri untuk menjaga kesehatan maka produk–produk kosmetik kesehatan menjadi beragam macam jenisnya baik produk-produk kosmetik kesehatan lokal ataupun internasional yang beredar dimedia online. Kesadaran untuk menjaga kesehatan kulit dan penampilan ini pada negara berkembang dipengaruhi oleh kalangan artis dimedia sosial. Oleh karena permintaan konsumen yang semakin hari semakin bertambah terhadap produk tersebut ini juga yang mendorong para pelaku usaha produk- produk kosmetik kesehatan sala-satunya skincare saling bersaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara melakukan penawaran- penawaran produknya secara online.

Perkembangan teknologi turut adil dengan kehadiran online store didalam media online yang memudahkan konsumen untuk dapat berbelanja produk skincare secara mudah dan praktis. Dalam hal ini juga produk-produk kosmetik kesehatan berupa skincare masih mendapat banyak problema seperti beberapa pelaku usaha yang menjual produk- produk skincare hanya untuk merugikan konsumen demi meraup keuntungan untuk dirinya sendiri ataupun juga dikarenakan ketidaktahuan konsumen pada barang tersebut yang di gunakan olek pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan untuk dirinya sendiri.

Skincare digolongkan pada kosmetik yang dimana merupakan bahan yang siap dipakai diluar badan seperti rambut, muka, kuku yang dapat mempercantik penampilan agar menjadi lebih menarik. Sediaan farmasi seperti kosmetik tidak dapat diedarkan dan/atau diperdagangkan sembarangan tanpa melewati proses perizinan yang sudah ditentukan. Hal ini dikarenakan produk kosmetik umumnya mengandung bahan-bahan kimia yang harus diperiksa kandungannya sehingga hasil yang diproduksi dapat bermanfaat dan aman bagi pemakainya.11 Maka dari itu, produk kosmetik hanya dapat diedarkan setelah mendapatkan izin edar dan telah memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam Pasal 106 UU Kesehatan.

Peredaran sediaan farmasi dan alat kesehatan merupakan bagian dari kegiatan atau serangkaian kegiatan yang bertujuan memindahtangankan, menyebarluaskan obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika, Jadi yang berhak dalam melakukan peredaran sediaan farmasi dan alat kesehatan hanyalah orang-orang tertentu yang memiliki izin dan bagi mereka yang mengedarkan sediaan farmasi dan alat kesehatan, jika melakukan hal tersebut tanpa adanya izin hal tersebut dapat dinyatakan sebagai bentuk tindak pidana. perizinan BPOM diperlukan karena kosmetik mempunyai kedudukan yang khusus dalam masyarakat Karena merupakan produk yang diperlukan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan dan kecantikan pemakainya, Namun demikian penggunaan kosmetik yang salah tidak tepat dan tidak rasional dapat membahayakan masyarakat. Untuk melindungi masyarakat terhadap hal-hal yang dapat merugikan kesehatan, maka perlu dicegah beredarnya kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, dan kemanfaatan kosmetik bagi pemakainya dengan cara penerapan cara pembuatan kosmetik yang baik pada seluruh aspek dan rangkaian kegiatan produksi.

Pengawasan kosmetik terhadap kosmetik yang belum mendapat izin edar dari BPOM sangat penting mengingat di era globalisasi maraknya perekonomian semakin bebas antara penjual dan pembeli. Majunya teknologi, dan pintarnya pembuatan obat serta kosmetik dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu yang tidak bertanggung jawab untuk membuat ramuan kosmetik yang mungkin dapat membahayakan konsumen tanpa memikirkan keselamatan konsumen.

Di zaman yang modern seperti saat ini skincare sangat diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat dan banyak berbagai skincare yang beredar dipasaran, dan tidak sedikit juga banyak pelaku usaha memproduksi skincare untuk mencari keuntungan dengan cara mencari konsumen dengan berbagai cara salah, dan mempromosikan dengan berbagai macam cara agar produk tersebut terjual dipasaran salah satunya dengan menggunakan jasa promosi endorse yang dilakukan oleh influencer. Trend endorse sendiri biasanya dilakukan oleh para selebgram, artis, bahkan youtuber dengan cara memberikan testimoni dan juga ajakan kepada viewers atau penontonnya melalui media sosial untuk menggunakan, membeli dan/atau menggunakan barang tersebut.

Daya tarik selebgram dalam platform Instagram yang tampil dengan memamerkan wajah good looking dan body goals tak luput dari sorotan warganet, sehingga produk yang di-endorse oleh selebgram memiliki prospek laris dipasaran, karena pada umumnya seorang selebgram akan menjadi panutan bagi followers-nya. Produk yang kerap kali menggunakan endorse kepada selebgram adalah produk kosmetik, mulai dari krim glowing, krim pemutih wajah, perona pipi, lipstik, dan produk lain yang menjadi standar kecantikan (beauty standar) di Indonesia. Adapun unsur-unsur yang wajib dipenuhi selebgram dalam meng-endorse produk kosmetik,

1. Obyektif, yaitu memberikan informasi sesuai dengan kenyataan yang ada dan tidak boleh menyimpang dari sifat kemanfaatan, cara penggunaan dan keamanan Kosmetika;
2. Tidak menyesatkan, yaitu memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab serta tidak memanfaatkan kekhawatiran masyarakat akan suatu masalah kesehatan; dan
3. Lengkap, yaitu mencantumkan spot Iklan ―BACA CARA PENGGUNAAN DAN PERINGATAN, jika dipersyaratkan.

Bahwa penyampaian informasi dalam endorsement kosmetik yang dilakukan selebgram di Instagram harus memenuhi unsur-unsur tersebut, hal ini juga sekaligus menjadi tolak ukur dalam upaya penegakkan hukum berdasarkan Hukum Pidana, sehingga nantinya endorsement kosmetik ilegal yang dilakukan oleh selebgram dapat dimintai pertanggungjawabannya. Walaupun kata selebgram tidak disebutkan dengan jelas, karena selebgram merupakan entitas baru yang muncul akibat pesatnya media sosial Instagram. Akan tetapi sangat disayangkan, sikap selebgram yang kurang jeli dalam menerima tawaran endorsement, yakni tidak memerhatikan produk yang akan di-endorse apakah telah memiliki izin dari BPOM atau tidak. Maksudnya, produk yang di-endorse belum tentu legal bahkan melanggar peraturan yang ada, dan bisa jadi produk tersebut telah menggunakan bahanberbahaya atau lainnya yang dapat merugikan konsumen.

Adanya endorsement sebagai pengganti iklan di media sosial membuatkonsumen dengan mudah mendapatkan informasi, yaitu dengan melihat caption suatu produk yang hendak dibeli, khususnya di Instagram. Namun kemudahan meng-endorse menjadi masalah yang cukup krusial, sebab besarnya pengaruh yang diberikan seorang selebgram akan membuat followers-nya mengikuti sytle tersebut. Parahnya sikap selebgram yang kurang teliti dan tidak hati-hati pada saat menerima serta memberikan informasi dalam melakukan endorsement memiliki dampak buruk bagi konsumen, terutama terkait produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar dari BPOM atau dengan kata lain disebut juga kosmetik ilegal yang keabsahannya tidak jelas dan belum terjamin mutu/kualitasnya.

Minat beli yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Rasa suka terhadap produk dapat diambil apabila konsumen mempunyai persepsi dari rekomendasi bahwa produk yang mereka pilih berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen, dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi dimata konsumen. Tingginya minat beli akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar.

Selebgram adalah sebutan yang diberikan kepada seorang pengguna media sosial instagram yang memiliki fans atau pengagum cukup banyak. Selebgram diikuti oleh warganet karena unggahannya yang dianggap menarik dan dapat dijadikan sebagai panutan dalam berbagai hal, seperti rekomendasi produk kosmetik, dengan begitu otomatis menjadi salah satu pusat perhatian pada sosial media instagram. Apapun yang selebgram lakukan akan di perhatikan ataupun bahkan di tiru, mau itu baik atau buruk. Dan apabila ada followers yang fanatik maka akan terus mencari tau tentang kehidupan pribadi selebgram tersebut dengan cara memantau setiap instastory dan postingan yang di buat oleh selebgram tersebut. Maka dari itu seorang selebgram harus menjaga tingkah laku dan etikanya di instagram dan harus memilah-milah apa saja yang boleh di posting dan yang tidakboleh di posting. Dalam arti harus menjadi panutan yang baik.

Peran Selebriti dalam mengiklankan produk dapat mempengaruhi peningkatan penjualan sebuah produk/jasa, terutama iklan yang ditayangkan melalui media sosial seperti instagram. Seiring perkembangan teknologi, terutama dunia pemasaran online di Indonesia membuat para pelaku bisnis online dan selebriti iklan khususnya di instagram harus teliti terhadap kesempatan yang dimilikinya dalam memasarkan produk ke konsumen. Penggunaan opinion leader biasanya cukup efektif dalam pemasaran bagi konsumen. Para calon pembeli cenderung mengikuti apa yang dikenakan atau dilakukan idolanya, tidak terkecuali selebriti yang mempunyai penggemar tersendiri. Penggunaan influencer yang tepat dalam mempromosikan suatu produk dalam sosal media mampu mempengaruhi dan menarik perhatian konsumen atas pesan/informasi yang disampaikan dalam sebuah iklan. Berikut ada lima karakteristik influencer dalam pengiklanan yang efektif yang dapat mempengaruhi respon konsumen

Seorang influencer yang melakukan promosi produk melalui social media berkewajiban untuk menyampaikan informasi yang benar kepada masyarakat. Demikian berdasarkan ketentuan yang menentukan mengenai perbuatan yang dilarang sebagaimana ketentuan Pasal 28 ayat (1) bahwa “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”. Jika informasi berupa promosi produk yang dilakukan oleh influencer tidak benar serta tidak memenuhi ketentuan perlindungan konsumen, dan influencer itu sendiri telah mengetahui hal tersebut, maka influencer dianggap melakukan perbuatan yang dilarang dalam Undang-Undang tentang Infoemasi dan Transaksi Elektronik yaitu dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian bagi masyarakat.

Masyarakat sebagai pihak yang dirugikan dapat menuntut pertanggung jawaban dari influencer yang melakukan penyebaran berita bohong. Pertanggungjawaban influencer yang menyebarkan informasi tidak benar berkaitan dengan promosi produk melalui social media dapat dituntut berdasarkan ketentuan Pasal 45A ayat ditentukan bahwa “setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

**KESIMPULAN**

Perlindungan hukum terhadap pengguna produk bermasalah dalam promosi iklan yaitu pengguna produk memiliki hak untuk menggugat pelaku usaha. Dimana pelaku usaha ini yang berhubungan langsung dengan pengguna produk. Sehingga yang merugikan pengguna produk itu adalah pelaku usaha. Pelaku usaha yang memproduksi kosmetik berupa pemutih wajah yang mengandung bahan kimia berbahaya yang pada akhirnya mengakibatkan kerusakan fisik bagi konsumen maka harus mempertanggungjawabkan perbuatannya atas dasar kesalahan yang telah dibuat dengan sengaja. Pelaku usaha tersebut di jerat dengan pasal 106 Undang-undang Kesehatan No. 36 Tahun 2009 sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memiliki izin edar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 106 ayat (1) dipidana dengan pidanapenjara paling lama15 (limabelas) tahun dan denda paling banyak Rp. 1.500.000.000 (satu miliar lima ratus juta rupiah). Setiap orang yang tidak memiliki keahliandan kewenangan untuk melakukan praktik kefarmasian sebagaimana dimaksud dalam pasal 108 dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (Seratus Juta Rupiah).

*REFERENCES*

Nynda Fatmawati Octariana, Pidana Pemberitaan Media Sosial, Malang: Setara Press, 2018, Hlm 6-7

Naely Syifa Fauziyah, Perlindungan hukum bagi artis yang di endorse produk atau jasa yang melanggar hukum, Skripsi (untuk memperoleh gelar sarjana Universitas Pancasakti Tegal, 2020, Hlm. 3.

Undang – Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan

Dedi Harianto, Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, Hlm. 5

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 (1)

Nida Khohida Safitri, Perlindungan konsumen atas hak informasi produk endorsement influencer/selebgram melalui media Instagram., Skripsi (untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia), 2020, Hlm 3.

Rindi Nuris Velarosdela, "Kronologi Perseteruan Richard Lee-Kartika Putri hingga Berujung Penangkapan dan Penetapan Tersangka", Megapolitan Kompas, https://megapolitan.kompas.com/read/2021/08/12/16584771/kronologi-perseteruan-richard-lee- kartika-putri-hingga-berujung?page=all , diakses pada 12 November 2022, Pukul 16.58

Rubiyati, Pengaruh Pemberian Hidrokuinon Terhadap Perkembangan Fetus Mencit (Mus musculus L.) Swiss Webster, Jurnal Penelitian Sains: Akbid Budi Mulia Jambi, Vol. 18, no.1, 1 Januari 2016, Hlm. 34-35

Peraturan Kepala Badan POM No.18 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika

M.Yahya Harahap, Pembahasan Permasalahan dan Penerapan Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana : Pemeriksaan Sidang Pengadilan, Banding, Kasasi, dan Peninjauan Kembali, Edisi Kedua. Jakarta: Sinar Grafika. 2008, Hlm. 279.