

BAB III

ANALISIS PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA *CELEBRITY* *ENDORSEMENT* DAN PEDAGANG *ONLINE* DALAM PRAKTIK *ENDORSEMENT* BERMUATAN KEBOHONGAN DI INSTAGRAM

A. Praktik *Endorsement* oleh *Celebrity Endorsement* di Instagram

Endorsement merupakan metode periklanan yang tengah populer di dunia maya pada saat ini khususnya di media sosial *online* Instagram. *Endorsement* dinilai sangat efektif dalam menarik minat konsumen oleh para pelaku usaha/pedagang *online*, sehingga kini semakin banyak bermunculan jasa-jasa *endorsement* dari berbagai kalangan dan golongan masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis telah melakukan pengamatan dan wawancara kepada subjek penelitian mengenai praktik *endorsement* yang dilakukan oleh pedagang *online* dan *celebrity endorsement*.

Berdasarkan wawancara dengan salah seorang narasumber selaku pedagang *online* bernama Kariza Rahadita Putri selaku pendiri dan pemilik toko *online* di Instagram dengan nama akun @karadipulens yang bergerak dalam bidang penjualan softlens. Kariza mengungkapkan bahwa dalam meningkatkan penjualannya, ia telah berkali-kali menggunakan jasa *celebrity endorsement* di Instagram atau *selebgram*. Jasa *celebrity endorsement* yang pernah ia gunakan yaitu Gayatri Hutami Putri dengan akun Instagram @gayaaatri, Gina Meidina Putri dengan akun Instagram @ginameidinaa, dan masih banyak lagi *celebrity endorsement* yang jasanya

pernah digunakan oleh Kariza. Hal ini hampir setiap bulan Kariza menyewa jasa *endorsement* untuk mengiklankan produknya karena dianggap efektif dalam meningkatkan penjualan.⁷⁷

Kariza menjelaskan mengenai proses *endorsement* yang ia gunakan. Pertama Kariza menghubungi *celebrity endorsement* yang akan ia gunakan jasanya, melalui kontak yang telah disediakan di profil akun Instagram milik *celebrity endorsement* tersebut untuk bernegosiasi mengenai biaya *endors*, tanggal dimuatnya, dan berapa lama iklan itu dipajang. Dalam hal ini Kariza menjelaskan bahwa dalam *endorsement* iklan yang dipajang memiliki jangka waktu yang berbeda-beda sesuai kontraknya, ada yang selamanya, ada yang dalam waktu 1 (satu) bulan dan bahkan ada yang dalam waktu beberapa hari saja. Kontrak yang dilakukan Kariza dan jasa *Endorsement* yang pernah dilakukan selama ini hanya melalui lisan dan chat saja, tidak pernah dilakukan dengan kontrak tertulis. Isi kontrak yang biasa dibuat yaitu mengenai jangka waktu iklan, lalu isi yang harus termuat di dalam iklan dan mengenai biaya.

Setelah negosiasi selesai dan terjadi kesepakatan, maka tahap kedua yaitu pembayaran jasa *endorsement* dan mengirimkan contoh produk kepada *celebrity endorsement* untuk dicoba dan mulai membuat media iklan. Kariza menjelaskan media iklan *endorsement* yang sering digunakan yaitu foto dan video.

⁷⁷ Wawancara dengan Kariza Rahadita Putri melalui direct message Instagram, pada tanggal 27 Juni 2019

Setelah tahap kedua selesai, tahap ketiga yaitu *celebrity endorsement* mengunggah iklan produk tersebut ke akun instagramnya untuk diiklankan dan menandai akun toko *online* milik Kariza.

Kariza menjelaskan setelah proses *endorsement* selesai, biasanya calon konsumen akan langsung menghubungi toko *online* milik Kariza. Kariza menjelaskan bahwa walaupun produknya ditawarkan oleh *celebrity endorsement*, tetapi dalam pemesanan produk calon konsumen tidak bisa memesan atau membeli produk tersebut melalui *celebrity endorsement* yang mengiklankan. Apabila ada komplain terhadap produk yang diiklankan tersebut, biasanya konsumen langsung menghubungi toko *online* milik Kariza, jadi *celebrity endorsement* hanya sebatas mengiklankan saja, lalu mengenai transaksi jual beli dan produk yang diiklan tersebut ditanggung oleh Kariza selaku penjual.

Selain telah dilakukan wawancara kepada pedagang *online*, penulis juga telah mewawancarai 4 (empat) orang konsumen yang membeli suatu produk dari pedagang *online* yang produknya diiklankan melalui sistem *endorsement* di media sosial Instagram. Keempat konsumen tersebut memberikan tanggapan yang pada intinya sama, mereka menjelaskan bahwa dalam iklan *endorsement*, *celebrity endorsement* hanya berperan dalam mengiklankan produk saja, dan ketika ada komplain mengenai produk yang di iklankan *celebrity endorsement* tersebut, konsumen langsung menghubungi pedagang *online* produk yang bersangkutan. Konsumen lebih cenderung untuk langsung menghubungi pedagang *online*

untuk komplain dikarenakan transaksi jualbeli terjadi antara konsumen dengan pedagang *online* langsung. Mengenai muatan iklan yang dilakukan oleh *celebrity endorsement*, apabila tidak sesuai dengan kenyataan, konsumen tidak bisa komplain dengan *celebrity endorsement*, karena kemungkinan untuk ditanggapinya dikit, dan hanya bisa komplain melalui kolom komentar di postingan Instagram milik *celebrity endorsement* tersebut, dan apabila ditanggapi biasanya *celebrity endorsement* tersebut akan melemparkan tanggungjawab mengenai muatan iklan tersebut kepada pedagang *online* yang bersangkutan, karena isi muatan iklan tersebut berasal dari pedagang *online*.⁷⁸

Di samping melakukan wawancara kepada beberapa narasumber, penulis juga melakukan pengamatan terhadap praktik *endorsement* di instagram. Dalam praktik *endorsement*, *celebrity endorsement* mengiklankan suatu produk yang seolah-olah ia gunakan sendiri dan telah ia rasakan sendiri kelebihan dari produk yang diiklankannya tersebut, dengan cara membagikan foto atau video ketika ia menggunakan produk tersebut. Ketika ada komplain mengenai produk tersebut, komplain tersebut hanya kepada pedagang *online* saja, dan sangat jarang terjadi konsumen atau masyarakat yang komplain kepada *celebrity endorsement*.

Salah satu kejadian di mana konsumen yang melakukan komplain produk kepada *celebrity endorsement* yang penulis temukan dan amati yaitu di mana *celebrity endorsement* mengiklankan produk voucher game *online*

⁷⁸ Wawancara dengan konsumen melalui Whatsapp pada tanggal 4 Juli 2019

milik suatu pedagang *online* di Instagram. Ketika calon konsumen ini melihat iklan tersebut dan kemudian membeli produk pedagang *online* yang diiklankan *celebrity* tersebut, konsumen tertipu oleh pedagang *online*, di mana ia telah menyetorkan uangnya kepada pedagang *online* sesuai dengan perjanjian jual beli, tetapi voucher game yang diperjanjikan tidak juga diberikan. Sudah banyak konsumen yang tertipu oleh pedagang *online*, sehingga konsumen yang tertipu tersebut memenuhi kolom komentar di postingan iklan milik *celebrity endorsement* dan memberitahu bahwa pedagang *online* yang produknya diiklankan tersebut merupakan penipu. Setelah mendapat aduan yang banyak di postingannya, *celebrity endorsement* tersebut langsung menghapus iklan produk milik pedagang *online* dan meminta maaf. Dalam kejadian ini tidak ada upaya dari konsumen untuk meminta pertanggungjawaban dari *celebrity endorsement* tersebut. Konsumen lebih menyalahkan dan menuntut pertanggungjawaban pedagang *online* karena terlah menipu konsumen.⁷⁹

B. Pertanggungjawaban Pidana *Celebrity Endorsement* terhadap Produk yang Diiklankan melalui Praktik *Endorsement* Bermuatan Kebohongan di Instagram

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya di dalam praktik *endorsement*, *celebrity endorsement* berperan sebagai pelaku usaha dalam

⁷⁹ Pengamatan dari laman komentar Instagram milik akun @milyhya_mancailyas pada tanggal 5 Mei 2019

bidang jasa periklanan yang mengiklankan suatu produk milik pedagang atau pelaku usaha dengan cara memberikan dukungan atau kesaksian tentang kualitas, maupun keuntungan menggunakan produk yang diiklankan tersebut kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengajak masyarakat ikut mendukung dan memilih produk tersebut dan pada akhirnya masyarakat akan membeli maupun menggunakan produk yang diiklankan oleh *celebrity endorsement* tersebut.

Dalam pembahasan sebelumnya penulis juga telah membahas mengenai praktik *endorsement* yang terjadi, namun praktek *endorsement* yang terjadi tersebut masih jauh dari apa yang diatur oleh Undang-undang. Terkait dengan pertanggungjawaban oleh pihak *Celebrity endorsement*, dapat dilihat dari kasusnya, yaitu:

1. *Celebrity endorsement* yang memposting dalam iklannya menggunakan produk tertentu, dan memberikan kesaksian terhadap produk yang diiklankan tersebut, padahal *celebrity endorsement* tersebut tidak benar-benar mencoba atau menggunakan produk tersebut. Apa yang ia katakan dalam iklan tidak sesuai dengan kenyataan dan muatan iklan tersebut merupakan permintaan dari pedagang *online* pemilik produk tersebut. Dalam hal ini terdapat praktik penipuan atau kebohongan yang dilakukan oleh *celebrity endorsement* terhadap produk yang diiklankannya kepada konsumen. Maka *celebrity endorsement* tersebut telah melakukan tindak pidana seperti yang diatur sebagai berikut:

a. Pasal 17 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *celebrity endorsement* sebagai pelaku usaha periklanan dalam memproduksi iklan dilarang:

(1) Mengelabui atau melakukan tipu daya dengan serangkaian kebohongan kepada konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kenyataannya.⁸⁰

celebrity endorsement sebagai pelaku usaha periklanan dalam melakukan kesaksiannya mengenai produk yang diiklankan harus mengatakan apa adanya sesuai dengan keadaan produk yang diiklankan dan tidak boleh melebih-lebihkan.

Contohnya apabila mengiklankan suatu produk pakaian yang memiliki kualitas bahan yang biasa saja, maka dalam iklan tersebut tidak boleh mengatakan bahwa pakaian tersebut memiliki kualitas bahan yang terbaik.

⁸⁰ Pasal 17 ayat (1) huruf a Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

(2) Mengelabui atau melakukan tipu daya dengan serangkaian kebohongan kepada konsumen mengenai jaminan atau garansi terhadap produk barang atau jasa yang diiklankannya.⁸¹

Dalam praktik di lapangan *celebrity endorsement* dalam iklannya sering mengatakan bahwa produk yang dijualnya bergaransi atau uang dapat kembali apabila produk yang dijual tidak sesuai dengan iklan, maka apabila seorang konsumen merasa bahwa produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang dikatakan dalam iklan, maka konsumen berhak meminta ganti rugi atau uang dikembalikan.

Contohnya dalam iklan kosmetik, apabila dalam iklan mengatakan bahwa produk kosmetik tersebut dapat memutihkan kulit pengguna, dan setelah produk tersebut dibeli dan dipakai oleh konsumen dan tidak dapat membuat kulit putih sesuai dengan iklan setelah dipakai sesuai dengan aturan pemakaian, maka konsumen tersebut dapat meminta pertanggungjawaban *celebrity endorsement* mengenai apa yang diiklankannya.

⁸¹ Pasal 17 ayat (1) huruf b Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

(3) Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa yang diiklankannya.⁸²

Ketika mengiklankan produk, seorang *celebrity endorsement* harus cermat dan teliti dalam memberikan informasi mengenai produk yang diiklankannya, jangan sampai ada kekeliruan dalam memberikan informasi mengenai produk yang diiklankannya.

(4) Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang atau jasa yang diiklankannya.⁸³ Larangan ini masih kerap dilanggar di lapangan, masih banyak *celebrity endorsement* yang tidak mencantumkan risiko atau efek samping produk yang diiklankannya tersebut. Bahkan jarang sekali seorang *celebrity endorsement* ketika mengiklankan produknya sekaligus memberikan keterangan efek samping dari penggunaan produk yang ditawarkannya tersebut.

(5) Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.⁸⁴ Ketika *celebrity endorsement* ingin

⁸² Pasal 17 ayat (1) huruf c Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁸³ Pasal 17 ayat (1) huruf d Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁸⁴ Pasal 17 ayat (1) huruf e Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

menggunakan seseorang atau foto maupun video milik seseorang, *celebrity endorsement* tersebut harus meminta persetujuan terlebih dahulu kepada orang yang bersangkutan sebelum memproduksi dan mempublikasi iklan tersebut.

(6) Memproduksi dan mempublikasi iklan yang melanggar etika atau ketentuan peraturan perUndang-undangan mengenai periklanan.⁸⁵

Adapun etika periklanan diatur dalam Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang menjadi standar etika periklanan yang berlaku bagi seluruh iklan dan pelaku usaha periklanan yang dipublikasikan atau beroperasi di wilayah hukum negara Republik Indonesia.

Apabila *celebrity endorsement* melakukan kegiatan *endorsement* seperti kasus diatas, maka *celebrity endorsement* tersebut telah melanggar Pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan f Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang telah dijelaskan diatas.

⁸⁵ Pasal 17 ayat (1) huruf f Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Celebrity endorsement yang melakukan hal yang dilarang oleh ayat 1 Pasal 17 Undang-undang Perlindungan Konsumen di atas maka iklan tersebut dilarang dan wajib untuk dihapus atau dihentikan peredarannya seperti yang diatur dalam Pasal 17 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁸⁶

Bagi *celebrity endorsement* yang melanggar larangan yang diatur dalam Pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, e dan ayat (2) diancam hukuman pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) Tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Bagi *celebrity endorsement* yang melanggar ayat (1) huruf d dan f diancam hukuman pidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) Tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), dan terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.⁸⁷

- b. Pasal 9 Undang-undang ITE juga mengatur tindak pidana yang dilakukan *celebrity endorsement* dalam kasus diatas sebagai berikut, bahwa *celebrity endorsement* sebagai pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem

⁸⁶ Pasal 17 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁸⁷ Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Elektronik yaitu melalui media sosial Instagram harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai produk yang ditawarkan.⁸⁸

Maka dalam memproduksi iklan, *celebrity endorsement* wajib memberikan dukungan atau kesaksian terhadap barang yang diiklankannya tersebut secara lengkap dan apa adanya tanpa melebih-lebihkan sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 17 Undang-undang Perlindungan Konsumen.

- c. Apabila *celebrity endorsement* dalam memproduksi dan mempublikasi iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen maka dijatuhi hukuman pidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) Tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).⁸⁹ Hal ini diatur dalam Pasal 45A ayat (1) Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

- d. Pasal 56 KUHP (kitab Undang-undang hukum pidana) sebagai berikut:

⁸⁸ Pasal 9 Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,

⁸⁹ Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, Pasal 45A ayat 1

(1) Barangsiapa dengan sengaja membantu melakukan kejahatan itu.

(2) Barangsiapa dengan sengaja memberikan kesempatan, daya upaya, atau keterangan untuk melakukan kejahatan itu.

Orang yang membantu melakukan suatu kejahatan haruslah secara sengaja memberikan bantuan tersebut. Sedangkan bantuan yang diberikan tersebut dapat berupa apa saja, baik moril maupun materil, tetapi sifatnya harus hanya membantu saja.⁹⁰

Karena *celebrity endorsement* sebelumnya sudah mengetahui bahwa permintaan muatan iklan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan, maka *celebrity endorsement* tersebut telah masuk kedalam kategori membantu melakukan tindak penipuan yang dilakukan oleh pedagang *online* yang menggunakan jasanya tersebut.

2. *Celebrity endorsement* yang mengiklankan suatu produk sesuai dengan apa yang ia ketahui dengan mencoba dan melalui apa yang dideskripsikan oleh pedagang *onlinenya*, maka apabila terdapat hal yang merugikan konsumen atas produk tersebut, maka *celebrity endorsement* tidak dapat dimintai pertanggungjawaban.

⁹⁰ R. Soesilo, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal*, Politeia, Bogor, 2013, hlm. 75.

Contohnya bahwa pedagang *online* yang produknya diiklankannya tersebut melakukan penipuan seperti barang yang dikirim tidak sesuai dengan apa yang diiklankan maka hal ini tidak dapat dimintakan pertanggungjawab kepada *celebrity endorsement*, karena *celebrity endorsement* sebelumnya tidak mengetahui niat asli dari pedagang *online* tersebut saat melakukan perjanjian dan memproduksi iklan tersebut. Dalam hal ini *celebrity* tidak dapat dikenakan Pasal pembantuan karena tidak secara sengaja membantu pelaku kejahatan atau penipuan tersebut.

Namun apabila *celebrity endorsement* telah mengetahui bahwa produk milik pedagang *online* yang diiklankannya tersebut merupakan tindakan penipuan, maka *celebrity endorsement* harus segera menghapus iklan tersebut dan membuat klarifikasi bahwa pedagang *online* yang diiklankannya tersebut merupakan penipu.

C. Pertanggungjawaban Pidana Pedagang *Online* terhadap Produk yang Diiklankan melalui Praktik *Endorsement* Bermuatan Kebohongan di Instagram

Dalam kegiatan perdagangan, promosi atau iklan merupakan hal paling penting untuk meningkatkan penjualan atas barang maupun jasa yang di perdagangkan. Dalam mengiklankan produknya, seorang pedagang selaku pelaku usaha tidak secara bebas dapat mengiklankan produknya,

tetapi ada beberapa aturan dalam mempromosikan produk yang dijualnya seperti yang diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Meskipun pedagang menggunakan jasa pelaku usaha periklanan tetapi pedagang tetap memiliki tanggungjawab penuh terhadap iklan yang mempromosikan produknya apabila semua isi atau muatan iklan merupakan permintaan dari pemilik produk atau pedagang *online*, seperti yang dijelaskan oleh narasumber kariza Rahadita Putri sebagai pedagang *online* yang menggunakan jasa periklanan *endorsement* .

Di dalam Pasal 9 Undang-undang Perlindungan Konsumen, pedagang sebagai pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklan-kan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar yang dapat menyesatkan konsumen seperti membuat seolah-olah:⁹¹

1. barang yang di jualnya tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.
2. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru; barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi
3. barang tersebut mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu atau mengatakan bahwa barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;

⁹¹ Pasal 9 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

4. barang dan/atau jasanya tersebut tersedia.
5. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu
6. barang tersebut berasal dari daerah tertentu
7. mengiklankan dengan secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
8. pedagang juga dilarang untuk menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap dalam mengiklankan produk yang dijualnya;
9. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti

Pedagang yang melakukan larangan tersebut dilarang melanjutkan iklannya dan dilarang memperdagangkan barang yang diiklankannya tersebut.

Di dalam Pasal 10 Undang-undang Perlindungan Kosumen juga terdapat larangan bagi Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:⁹²

1. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa
2. kegunaan suatu barang dan/atau jasa
3. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa

⁹² Pasal 10 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan
5. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa

Bagi pedagang yang melanggar ketentuan yang diatur dalam Pasal 8 dan 9 Undang-undang Perlindungan Konsumen diancam hukuman pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) Tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Dari peraturan yang telah dijabarkan di atas sudah jelas bahwa pedagang mempunyai tanggungjawab penuh terhadap iklan produknya, baik yang diiklankan sendiri maupun yang menggunakan jasa periklanan.

Pedagang *online* yang memperdagangkan barang dagangannya secara elektronik dan mengiklankan atau mempromosikan barang dagangannya secara elektronik di Instagram telah diatur secara khusus dalam Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Pedagang *online* sebagai pelaku usaha yang menjual dan mengiklankan barang dagangannya secara *online* baik yang diiklankan sendiri atau menggunakan jasa periklanan seperti *endorsement* diatur sama dengan *celebrity endorsement* sebagai pelaku usaha periklanan yang melakukan kegiatan usahanya secara *online* yaitu diatur dalam Pasal 9 dan

Pasal 28 Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Di dalam Pasal 9, pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik memiliki kewajiban untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.⁹³

Dalam Pasal 28 Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.⁹⁴

Apabila pedagang *online* melakukan hal yang dilarang atau melanggar Pasal 28 tersebut yang baik dilakukan sendiri atau melalui perantara orang lain seperti pelaku usaha periklanan maka dapat dihukum pidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) Tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), seperti yang diatur dalam Pasal 45A Undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

⁹³ Pasal 9 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,

⁹⁴ Pasal 28 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,