

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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, efisien, 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.¹ 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 sesuatu 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.

¹ Nynda Fatmawati Octariana, *Pidana Pemberitaan Media Sosial*, Malang: Setara Press, 2018, Hlm 6-7

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*.²

Penelitian ini spesifik membahas mengenai 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

² 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.

Tahun 1945.³ 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.⁴

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).⁵

Faktanya masih banyak terjadi beberapa kasus *Influencer* yang melakukan *Endorse* produk skincare dengan bahan berbahaya, salah satunya yakni kasus yang melibatkan dua orang artis papan atas nella charisma dan via vallen yang dipanggil oleh Kepolisian Daerah Jawa Timur pada Desember, 2018 karena menjadi figure endorse kosmetik oplosan merk Derma Skin Care yang dinyatakan merupakan kosmetik ilegal tanpa izin edar dan tidak memiliki izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM).⁶

Contoh selanjutnya yaitu ditemukann beberapa kasus produk skincare mengandung bahan berbahaya beredar secara bebas yang dibahas dalam akun media sosial milik Dr. Richard Lee, MARS, PhD. yaitu produk skincare merk Helwa yang dipromosikan oleh berbagai *Influencer* salah satunya yakni Kartika Putri yang mengatakan dalam akun media sosial miliknya yaitu *Youtube* bahwa produk tersebut sudah

³ Undang – Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan a

⁴ Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, Hlm. 5

⁵ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 (1)

⁶ 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.

memiliki BPOM dan aman digunakan, namun setelah dicek dilaboratorium oleh Dr. Richard Lee, MARS, PhD. Ditemukan bahwa produk tersebut mengandung bahan berbahaya yakni bahan *Hydroquinone*.⁷

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.⁸

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*.⁹ *Hydroquinone* sering disalahgunakan sebagai pemutih

⁷ 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

⁸ 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

⁹ Peraturan Kepala Badan POM No.18 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika

tambahan pada kosmetik yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan menghemat biaya produksi karena harganya yang murah.

Konsumen yang tertarik membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa karena promosi dari mereka yang memberikan testimoni berlebihan seolah-olah barang tersebut memang bagus dan memang mereka gunakan padahal belum tentu begitu adanya. Faktanya mereka hanya mempromosikan tanpa menggunakan prinsip kehati-hatian dan prinsip kejujuran atau *honest review* dengan menyampaikan kalimat-kalimat yang berlebihan bahwa produk tersebut asli dan mereka gunakan hanya karena iming-iming imbalan yang menggiurkan, maka secara tidak langsung *influencer* yang berperilaku seperti tersebut juga ikut bertanggungjawab terhadap kerugian yang dialami konsumen.

Kegiatan promosi dengan menggunakan metode *Endorse* yang dilakukan oleh *Influencer* ini baik dari kalangan artis, penyanyi, konten *creator*, tokoh maupun *influencer* pada faktanya masih banyak promosi *Endorse* di media sosial yang membahayakan atas informasi yang diberikan tidak benar dan tidak sesuai.

Berdasarkan latar belakang penulisan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul “Pertanggungjawaban Hukum Bagi Influencer Yang Melakukan Endorse Produk Skincare Mengandung Bahan Berbahaya Bagi Masyarakat”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis uraikan, maka diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *influencer* yang melakukan *endorse* produk *skincare* yang mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat dapat dimintai pertanggungjawaban hukum pidana?

2. Apakah pelaku usaha yang memproduksi *Skincare* mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat dapat dikenakan sanksi pidana?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui Pertanggungjawaban hukum terhadap *Influencer* yang melakukan *Endorse* produk *Skincare* mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat dalam akun media sosial.
- b. Untuk mengetahui sanksi bagi pelaku usaha yang memproduksi produk *Skincare* mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat berdasarkan Undang- Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat teoritis Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat guna meningkatkan daya berpikir yang kritis dan kemampuan menciptakan karya tulis ilmiah sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki oleh penulis, serta menambah literatur kepustakaan hukum pidana khususnya terkait pertanggungjawaban hukum bagi *influencer* yang melakukan endorse produk *skincare* mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat.
- b. Manfaat Praktis Penulisan ini diharapkan memberikan pengetahuan kepada pihak-pihak terkait agar dapat memperhatikan bentuk pertanggungjawaban hukum bagi *influencer* yang melakukan *endorse* produk *skincare* mengandung bahan berbahaya khususnya bagi masyarakat.

1.4 Kerangka Konseptual, Kerangka Teoritis, dan Kerangka Pemikiran

1.4.1 Kerangka Konseptual

1.4.1.1 Media Sosial

Media sosial adalah sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi online. Media sosial juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam. Media sosial memiliki sifat viral yaitu menyebar dengan cepat, hal ini menyebabkan masyarakat sangat mudah dan cepat untuk membeli sebuah produk tanpa diteliti lebih dalam apakah produk tersebut aman untuk digunakan.

10

1.4.1.2 Influencer

Influencer merupakan seseorang yang dapat mempengaruhi pengguna media sosial baik seorang artis, vlogger, blogger, youtuber, ataupun orang yang berpengaruh lainnya terutama yang aktif pada media sosial. Jasa yang diberikan seorang *Influencer* yaitu mendeskripsikan suatu produk atau brand buatan penjual dan menyebar luaskan kepada khalayak ramai melalui akun media sosial miliknya, namun pada praktiknya seorang *influencer* yang menjadi panutan bagi para pengikutnya di media sosial masih banyak mempromosikan produk yang berbahaya atau dapat dikatakan tidak memiliki izin edar dari BPOM.¹¹

1.4.1.3 Endorse

Endorsement merupakan kegiatan sewa menyewa jasa dalam

¹⁰ Erwin Jusuf Thaib, *Problematika Dakwah Di Media Sosial*, Sumatra Barat : Insan Cendekia Mandiri, 2021, Hml. 8.

¹¹ Shiya Azi Sugiharto dan Maulana Rezi Ramadhan, *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*, Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol. VIII, No .2, Desember 2018, Hlm. 4

hal mempromosikan suatu produk, karena terdapat dua pihak yaitu pemilik usaha atau *online shop* dan *influencer* dimana kedua belah pihak melakukan kerjasama. Pemilik usaha menggunakan jasa *influencer* untuk mempromosikan produknya melalui media sosial dengan imbalan tertentu. Dalam menggunakan sarana promosi *Endorse* memerlukan figur penarik perhatian sebagai penyaji pesan untuk mendukung informasi yang disampaikan.¹²

1.4.1.4 *Skincare*

Skincare termasuk kedalam bagian kosmetik/kosmetika merupakan salah satu jenis dari sediaan farmasi sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan UU Kesehatan. Sediaan farmasi (dalam hal ini kosmetik) hanya dapat diedarkan setelah memenuhi perizinan berusaha dari pemerintah pusat atau pemerintah daerah sesuai kewenangannya berdasarkan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang ditetapkan pemerintah pusat. Selain itu, pihak yang memproduksi/mengedarkan juga wajib mempunyai perizinan berusaha yang ditetapkan oleh pemerintah pusat.¹³

1.4.2 Kerangka Teoritis

1.4.2.1 Teori Pertanggungjawaban Pidana

Pertanggungjawaban mengandung makna bahwa meskipun seseorang mempunyai kebebasan dalam melaksanakan sesuatu tugas yang dibebankan kepadanya, namun ia tidak dapat membebaskan diri dari hasil atau akibat kebebasan perbuatannya, dan pelaku dapat dituntut untuk melaksanakan secara layak apa yang diwajibkan kepadanya. Dalam hal ini baik *Influencer* sebagai pemberi jasa promosi maupun pelaku usaha wajib bertanggungjawab atas perbuatan promosi secara *Endorse* produk *Skincare* yang mengandung bahan berbahaya.

¹² Wan Laura Hardilawati, et al., *Endorsement Media Pemasaran Masa Kini*, Jurnal Ilmiah Manajemen Upb : Universitas Muhammadiyah Riau, Vol. 7 No. 1, 2019, Hlm. 91

¹³ Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan Pasal 1 Angka 4

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya mengenai tanggung jawab hukum menyatakan bahwa “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa ia memikul tanggung jawab hukum, bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan dengan hukum”. Adapun menurut Hans Kelsen jenis-jenis pertanggungjawaban terdiri dari :¹⁴

1. Tanggung Jawab Berdasarkan kesalahan (*culpability*)
2. Tanggung jawab absolut (*liability*)
3. Tanggung jawab individu
4. Tanggung jawab kolektif

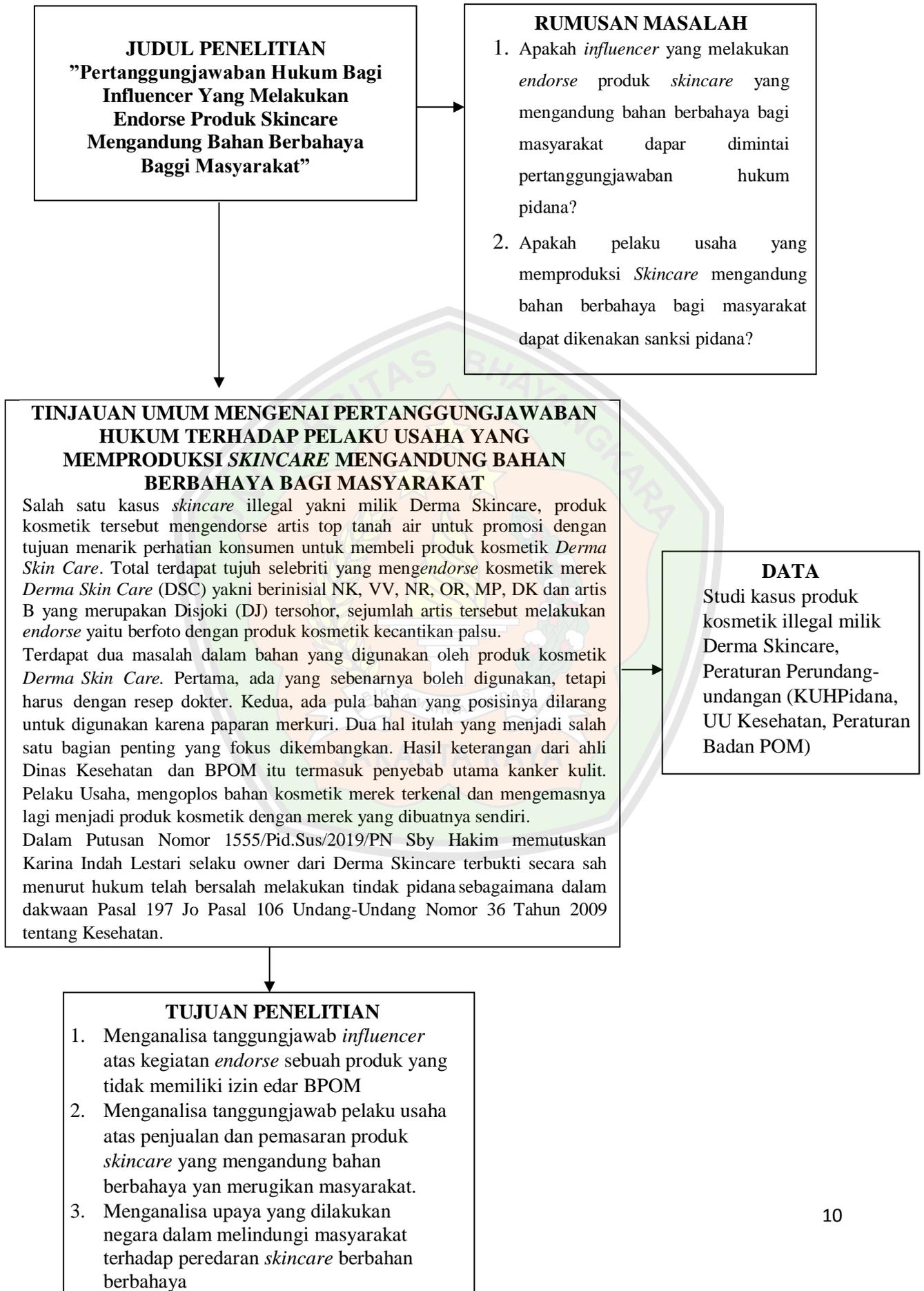
1.4.2.2 Teori Pidanaan

Pemidanaan atau hukuman menurut Andi Hamzah adalah suatu pengertian umum, sebagai suatu sanksi yang menderitakan atau nestapa yang sengaja ditimpakan kepada seseorang. Sedangkan pidana merupakan suatu pengertian khusus yang berkaitan dengan hukum pidana¹⁵. Pengertian yang diberikan oleh Andi Hamzah memberikan pengertian yang berbeda antara pemidanaan dan pidana, pemidanaan berbicara tentang sanksi yang menderitakan sedangkan pidana berbicara tentang hukum pidana itu sendiri.

¹⁴ Hans Kelsen, *Teori Umum Tentang Hukum Dan Negara.*, Bandung: Nusa Media, 2013, Hlm. 96-102

¹⁵ Andi Hamzah, *Sistem Pidana dan Pemidanaan Indonesia*, Jakarta : PT. Pradnya Paramita, 1993, Hlm. 13

1.4.3 Kerangka Pemikiran (*Framework*)



1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah suatu bahan yang dijadikan acuan oleh penulis guna mendukung penelitian. Bagian ini akan membahas penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan pada penelitian ini. Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti memiliki beberapa penelitian terdahulu yang erat kaitannya dengan penelitian yang dilaksanakan. Berdasarkan permasalahan penelitian ataupun variabel-variabel penelitian, peneliti merujuk pada lima penelitian dengan topik yang serupa yakni :

1. Hasil Penelitian Hikmatul Uzma Noorzaini, (2021), Skripsi Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Penelitian yang dilakukan oleh Hikmatul Uzma Noorzaini berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online Melalui Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”, penelitian ini merupakan jenis penelitian normatif empiris dan lebih spesifik mengkaji mengenai upaya penyelesaian konsumen yang dirugikan akibat jual-beli online dengan menggunakan dasar undang-undang no. 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik dan undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

2. Hasil Penelitian Firlina Alma Maulidia , (2020), Skripsi, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Penelitian yang dilakukan oleh Firlina Alma Maulidia yang berjudul “Pelaksanaan Endorsment Melalui Influencer yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999” menjabarkan bagaimana pelaksanaan endorsement melalui influencer yang mempromosikan kosmetik di instagram berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan tanggung jawab hukum influencer yang menerima endorsement dengan mempromosikan produk kosmetik ilegal berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Kesimpulan pada skripsi tersebut ialah pelaksanaan endorsement melalui influencer seringkali menimbulkan masalah atas promosi yang dilakukan yang disebabkan oleh influencer sebagai pelaku usaha

periklanan dalam promosinya menyampaikan informasi yang tidak sesuai atau keliru mengenai produk. Kedudukan influencer sebagai pelaku usaha periklanan harus berpedoman pada aturan-aturan terkait etika periklanan karena influencer dapat dijerat berdasarkan pasal 60, 62 dan 63 UUPK sebagai sanksi atau bentuk pertanggungjawaban apabila produk yang dipromosikan terbukti melanggar atau bertentangan dengan ketentuan dalam UUPK dan peraturan perundang-undangan lain.

3. Hasil Penelitian Lervony Fridela, (2020), Skripsi Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Lervony Fridela yang berjudul “Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Produk Kosmetik Impor Ilegal yang Diendorse Oleh Selebgram di Pekanbaru, Riau” dalam skripsi ini menganalisis perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi pada produk kosmetik impor ilegal yang diendorse oleh selebgram di Kota Pekanbaru dan tanggung jawab pelaku usaha dan selebgram atas pemenuhan hak atas informasi terhadap konsumen terhadap kosmetik impor ilegal. Kesimpulan pada skripsi tersebut ialah perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi produk kosmetik impor yang diendorse oleh selebgram di Pekanbaru, Riau masih belum terpenuhi karena selebgram sebagai fasilitator dalam mengiklankan produk kosmetik masih mengabaikan kewajibannya untuk memberikan informasi yang benar, jelas, jujur. Kerugian konsumen bukan tanggung jawab dari selebgram melainkan pelaku 13 usaha. Namun, selebgram harus lebih berhati-hati dan selektif terhadap kosmetik sebelum melakukan endorsement

4. Hasil Penelitian Sergio Solaiman, (2021), Jurnal Hukum Adigama, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.

Penelitian yang dilakukan oleh Sergio Solaiman yang berjudul “Pertanggungjawaban Hukum Influencer Dalam Pembuatan Konten Pengiklanan Melalui Social Media Yang Mengandung Informasi Palsu (studi kasus Karttika Putri dan Dr. Richard Lee) membahas mengenai

melakukan promosi dan membuat konten pengiklanan melalui social media, memiliki tanggung jawab sesuai dengan Pasal 20 UUPK, dalam hal ini endorser memiliki tanggung jawab secara renteng dengan pihak Pengiklan, dan terbagi lagi menjadi tanggung jawab hukum dan tanggung jawab moral. Jika memang terjadi sengketa konsumen terkait produk dan/atau jasa yang dipromosikan oleh endorser tersebut, maka konsumen bisa saja menggugat pihak-pihak yang terkait, dalam hal ini entah endorser ataupun pihak Pengiklan sebagai produsen produk.

5. Hasil Penelitian Afandi1, Jimmy Prawira Samudra, Sherley, Veren, Wisely Liang, (2021), Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara.

Penelitian yang dilakukan oleh Afandi1, Jimmy Prawira Samudra, Sherley, Veren, Wisely Liang yang berjudul “Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z” dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh endorsement influencer Instagram terhadap keputusan pembelian oleh generasi Z, dalam penelitian ini memfokuskan pada faktor trust, faktor brand image, dan faktor influencer dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor trust mempengaruhi keputusan pembelian pada generasi Z. Faktor trust ini berkaitan dengan kredibilitas dan kejujuran suatu merek produk dan influencer yang mengulasnya. Penelitian ini telah membuktikan bahwa keputusan pembelian oleh generasi Z dipengaruhi faktor trust kepada suatu merek produk dan influencer tertentu.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka pembahasan yang dibahas dalam skripsi ini memiliki perbedaan dengan permasalahan diatas. Kajian topik bahasan yang penulis angkat dalam skripsi ini mengarah kepada aspek pertanggungjawaban *influencer* atas kegiatan *endorse* produk *skincare* yang mengandung bahan berbahaya bagi masyarakat.

1.6 Metode penelitian

Penelitian adalah terjemahan dari bahasa Inggris *research*. Ada juga ahli yang menerjemahkan *research* sebagai riset. *Research* itu sendiri berasal dari kata *re*, yang berarti “kembali” dan *to search* yang berarti “mencari kembali” menurut kamus Webster’s New International, penelitian adalah penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip, suatu penyelidikan yang sangat cermat untuk menetapkan sesuatu.¹⁶

Menurut Soerjono Soekanto pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti¹⁷

1.6.1 Pendekatan Penelitian

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 bersangkutan paut dengan permasalahan (isu hukum) yang diangkat dalam penelitian ini. Undang-Undang tersebut harus mencerminkan gagasan yang ada dibelakangnya yaitu suatu keadilan.

1.6.2 Sumber Bahan Hukum

Penulisan menggunakan sumber bahan hukum Primer, sumber bahan hukum primer merupakan sumber bahan yang di peroleh secara langsung dari lapangan dengan berdasarkan dari narasumber. Selain data primer penulis juga menggunakan data Sekunder sebagai pendukung dari data Primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dengan melakukan kajian pustaka seperti buku-buku

¹⁶ Faisar Ananda Arfa & Watni Marpaung, *Metodeologi Penelitian Hukum Islam*, Jakarta : PT. Kharisma Putra Utama, 2016, Hlm. 12.

¹⁷ Soerjono Soekanto & Sri Mamudja, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta : Rajawali Pers, 2001, Hlm 13-14

ilmiah, hasil penelitian, dan sebagainya. Dalam hal ini peneliti mencari buku-buku yang dibutuhkan. Data sekunder di kelompokkan menjadi 4 (empat) jenis bahan hukum, yaitu :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas, yaitu merupakan hasil dari tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh lembaga yang berwenang untuk itu. antarlain meliputi : Undang - Undang Dasar 1945, KUHPidana, Undang – Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Kepala Badan POM No.18 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, antara lain meliputi, Buku - buku yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, jurnal - jurnal hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteiti, hasil Penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang akan di teliti, artikel dan karya tulis yang berkaitan dengan permasalahan yang akan di teliti.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer, seperti kamus dan lain sebagainya.

1.6.3 Pengumpulan Bahan Hukum

Penulis dalam melakukan pengumpulan data penelitian skripsi ini menggunakan metode pengumpulan data melalui studi dokumen atau kepastakaan (*library research*) yaitu dengan menggunakan penelitian terhadap berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, peraturan-peraturanyang berlaku, pendapat sarjana, surat kabar, artikel, kamus, dan juga berita dari internet yang berkaitan dengan Pertanggungjawaban Hukum Bagi *Influencer* Yang Melakukan *Endorse* Produk *Skincare* Mengandung Bahan Berbahaya Bagi Masyarakat.