

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kegunaan Penelitian	16
E. Kerangka Pemikiran	17
F. Metode Penelitian.....	25
1. Spesifikasi Penelitian	25
2. Metode Pendekatan	25
3. Tahap Penelitian.....	25
4. Teknik Pengumpulan data	26
5. Alat Pengumpul Data	27
6. Analisis Data.....	27
 BAB II TINJAUAN TEORITIS TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PEMANFAATAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODAK	 29
A. Pengertian Konsumen Dan Hukum Perlindungan Konsumen.....	29

B. Asas,Prinsip Dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen.....	33
a. Prinsip Tanggungjawab Berdasarkan Unsur Kesalahan	35
b. Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggungjawab.....	36
c. Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggungjawab.....	37
d. Prinsip Tanggungjawab Mutlak.....	38
e. Prinsip Tanggungjawab Dengan Pembatasan	38
C. Pengertian Dan Hubungan Hukum Para Pihak.....	40
1. Pengertian Iklan,Iklan Menyesatkan, Dan Bentuk-Bentuk Iklan Yang Menyesatkan Konsumen.....	40
2. Iklan Menyesatkan.....	43
3. Bentuk-Bentuk Iklan Yang Menyesatkan Konsumen	54
4. Hubungan Antar Pihak	64
5. Kode Etik Periklanan.....	66
D. Pengertian Dan Unsur-Unsur Perbuatan Melawan Hukum.....	70
1. Unsur-Unsur Perbuatan Melwan Hukum	73
a. Harus Ada Perbuatan	74
b. Perbuatan Tersebut Harus Melawan Hukum	74
c. Adanya Kesalahan (Schuld)	77
d. Adanya Hubungan Sebab Akibat Antara Perbuatan Melawan Hukum Itu Dengan Kerugian	81
e. Adanya Kerugian.....	82

BAB III GAMBARAN PRAKTEK PERIKLANAN TENTANG IKLAN MINUMAN SUPLEMEN EXTRA JOSS YANG MENESATKAN.....

A. Gambaran umum tentang produk iklan Minuman suplemen extra joss ang menyesatkan.....	85
B. Kecurangan-Kecurangan Yang Ditimbulkan Oleh Produk Iklan Minuman Suplemen Extra Joss.....	88
C. Dampak Bagi Konsumen Terhadap Iklan Minuman Suplemen Extra Joss Yang Menyesatkan.....	90

BAB IV TUNTUTAN GANTI RUGI TERHADAP PERBUATAN MELAWAN HUKUM YANG DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN PEMASANG IKLAN.....	93
A. Dasar Hukum Pengajuan Tuntutan Ganti Rugi Kepada Perusahaan Pemasang Iklan	93
B. Pertanggungjawaban Perusahaan Pemasang Iklan Terhadap Kerugian Konsumen.....	95
C. Upaya Penyelesaian Sengketa Ganti Rugi Akibat Perbuatan Melawan Hukum Yang Dilakukan Perusahaan Pemasang Iklan	100
 BAB V PENUTUP	 115
A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN