



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
FAKULTAS HUKUM

**KAJIAN YURIDIS TERHADAP ETIKA PROMOSI
PRODUK ANAK OLEH *INFLUENCER PARENTING*
DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN
KONSUMEN DAN HAK ANAK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Program Studi
Strata 1 Ilmu Hukum Program Sarjana

Disusun Oleh :

Irza Putra Pradana
NPM. 211003742018951

SEMARANG
2025



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
FAKULTAS HUKUM

Kajian Yuridis Terhadap Etika Promosi Produk Anak Oleh *Influencer Parenting*
 Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen dan Hak Anak

SKRIPSI

Telah dilakukan pengujian di hadapan Tim Penguji dan memenuhi persyaratan
 menyelesaikan pendidikan Program Studi Ilmu Hukum Program Sarjana

Disusun Oleh:

Irza Putra Pradana

NPM. 211003742018951

Mengesahkan,

Tim Penguji

Ketua,

Rubiyanto, S.H., M.H

NUPTK. 8447739640130073

Anggota,

Dr. Purwanto, S.H., M.Si
 NUPT. 7735740641130112

Anggota,

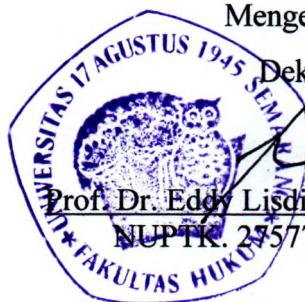
Darmawan Tri Budi Utomo, S.H., M.Si
 NUPTK. 1151743644130073

Mengetahui,

Dekan,

Prof. Dr. Eddy Lisdiyono, S.H., M.Hum

NUPTK. 2757741642130072



SEMARANG

2025

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Pembatasan Masalah.....	7
C.Perumusan Masalah	8
D.Tujuan Penelitian	8
E.Kegunaan Penelitian	9
F.Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A.Tinjauan Umum.....	13
1)Tinjauan Umum Tentang Konsumen dan Pelaku Usaha.....	13
2)Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	17
3)Tinjauan Umum Tentang Anak.....	20
B.Tinjauan Khusus	21
1)Tinjauan Khusus Tentang Influencer	21
2)Tinjauan Khusus Tentang Etika Promosi dalam Dunia Digital	31
3)Tinjauan Khusus Perlindungan Anak Dalam Iklan Media Sosial	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A.Tipe Penelitian	38
B.Spesifikasi Penelitian.....	39
C.Sumber Data	40

D.Metode Pengumpulan Data	41
E.Metode Penyajian Data	42
F.Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	44
A.Pengaturan Hukum Terkait Promosi Produk Anak Oleh Influencer Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen dan Hak Anak Menurut Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia.....	44
B.Pemberian Perlindungan Terhadap Anak Sebagai Subjek Yang Terlibat Dalam Promosi Atau Sasaran Iklan Digital Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia	68
BAB V PENUTUP.....	77
A.Kesimpulan.....	77
B.Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Influencer Advertising Overview44

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Influencer Parenting Terpopuler di Indonesia dan Jumlah Pengikut Media Sosial.....	50
---	----

ABSTRAK

Influencer parenting kini menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang cukup efektif dalam mempromosikan produk anak. Namun di balik popularitas strategi ini, terdapat permasalahan hukum dan etika yang belum mendapat perhatian memadai, khususnya dalam hal keterlibatan anak sebagai subjek promosi. Anak-anak kerap dijadikan objek dalam konten komersial tanpa persetujuan yang memadai, sehingga menimbulkan potensi pelanggaran terhadap hak anak dan konsumen. Dengan demikian maka perlu adanya penelitian mengenai hal tersebut terkait dengan perlindungan hukumnya. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu metode yang berdasarkan bahan hukum yang menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum, serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan tema penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaturan hukum terkait promosi produk anak oleh influencer dalam perspektif perlindungan konsumen dan hak anak; 2) Untuk mengetahui apakah ketentuan hukum yang berlaku telah memadai dalam memberikan perlindungan terhadap anak sebagai subjek yang terlibat dalam promosi digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik promosi oleh influencer parenting belum diatur secara khusus dalam hukum positif Indonesia, sehingga menimbulkan kekosongan hukum yang dapat mengarah pada eksploitasi anak secara ekonomi dan pelanggaran terhadap hak konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan reformulasi kebijakan hukum yang bersifat preventif dan protektif, dengan menjadikan prinsip kepentingan terbaik bagi anak sebagai dasar utama.

Kata kunci: *influencer*; anak; perlindungan hukum; promosi digital; konsumen.