

ABSTRAK

Penulisan ini membahas mengenai perlindungan konsumen atas praktik penyajian iklan makanan yang proposional pada PT Fast Food Indonesia Tbk. Perlindungan hukum atas praktek penyajian iklan makanan yang proposional pada PT Fast Food Indonesia Tbk di dalam skripsi ini menggunakan tinjauan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun masalah yang dibahas dalam penulisan ini, yaitu: (a) Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi sasaran dari produk iklan makanan; (b) Bagaimana perlindungan hukum atas praktek penyajian informasi iklan makanan yang proposional pada PT Fast Food Indonesia Tbk; (c) Bagaimanakah pandangan Islam terhadap perlindungan hukum terhadap iklan makanan. Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris yang mewawancarai beberapa pihak PT Fast Food Indonesia Tbk.. Periklanan adalah bagian tak terpisahkan dari bisnis modern yang dimana pemberian informasi iklan yang diberikan melalui iklan dan media informasi yang semakin cepat dan efisien yang diperoleh konsumen sendiri. Dimana hak konsumen sendiri yang sudah diatur oleh Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimana penulis melihat adanya ketidak proposionalan antara pelaku usaha dengan penyajian makanan tersebut yang di berikan melalui informasi itu sendiri. Hasil wawancara yang dilakukan oleh Penulis kemudian diolah dan menghasilkan analisis berupa perlindungan hukum berdasarkan Pasal 7 huruf b kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi benar, jelas, dan jujur itu berlaku dan Pasal 17 ayat (1) huruf c tentang larangan bagi pelaku usaha terkait periklanan. Selain itu juga terdapat pengaturan dalam Etika Priwara Indonesia mengenai tampilan iklan. Dalam penyajian iklan makanan menu *Hot Rods* tersebut Penulis mendapatkan pelaku usaha belum mampu memenuhi ketentuan-ketentuan tersebut namun tidak ada protes dan keluhan dari pihak konsumen kepada pelaku usaha secara formal.

Dalam Islam, iklan makanan dibolehkan/mubah sebagai media/alat menyampaikan informasi selama tidak melanggar *syara'* sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'araa ayat 181-183. Penulis berkeyakinan bahwa penyajian informasi iklan makanan seharusnya bisa disampaikan secara benar, jelas dan jujur sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.

Kata kunci: hukum perlindungan, iklan, konsumen, pelaku usaha, penyajian, proposional, etika.