

Perlindungan konsumen terhadap penggunaan tenaga kesehatan dalam mengiklankan suatu produk berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen = Consumer protection for use of health professionals in the advertising of a product based Consumer Protection Law

Onny Sintawati Septianingrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349307&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pelaku usaha, menggunakan iklan yang dirancang dan disajikan sedemikian rupa untuk menyentuh sisi psikologis konsumen, bukan rasio konsumen yang bersangkutan, untuk melakukan transaksi dan meningkatkan transaksi penjualan. Salah satu bentuk iklan yang berusaha untuk menyentuh sisi psikologis konsumen adalah iklan yang menggunakan tenaga kesehatan. Bagi masyarakat luas, profesi tenaga kesehatan adalah profesi yang dapat dipercaya, sehingga apapun yang dikatakan oleh tenaga kesehatan bisa memberikan cukup pengaruh kepada masyarakat untuk mengikuti perkataan tenaga kesehatan tersebut. Penggunaan tenaga kesehatan dalam mengiklankan suatu produk merupakan pelanggaran dalam beberapa regulasi pemerintah dan kode etik profesional. Namun demikian masih terdapat iklan yang menggunakan tenaga kesehatan dalam mengiklankan suatu produk.

ABSTRACT

Business, using ads that are designed and presented in such a way as to touch the psychological side of the consumer, not the ratio of consumers, to conduct transactions and increase the sales transaction. One form of advertising that seeks to touch the psychological side of the consumer is an ad that uses health professionals. For the public, health professionals profession is a profession that can be trusted, so that whatever is said by the health professionals could provide enough leverage for the public to follow the words of the health professionals. Use of health professionals in the advertising of a product is in violation of some government regulations and codes of professional conduct. However, there are ads that use of health professionals in the advertising of a product.