

**PERSEPSI MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN TERHADAP KLAIM
IKLAN SKINCARE DI TIKTOK: KAJIAN IMPLEMENTASI UNDANG-
UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**



Dinda Shafira Cahyanindia

1401622019

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

PROGAM STUDI PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

ABSTRAK

Dinda Shafira Cahyanindia. Persepsi Mahasiswa Sebagai Konsumen Terhadap Klaim Iklan Skincare Di Tiktok: Kajian Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa sebagai konsumen terhadap klaim iklan *skincare* yang mengandung unsur *overclaim* di TikTok, Maraknya klaim berlebihan dalam promosi produk *skincare* di *Tiktok* berpotensi merugikan konsumen yang belum memahami hak-haknya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, melibatkan sepuluh mahasiswa FISH UNJ, satu *staff* Perusahaan Paragon sebagai *key informan*, dan satu dosen ahli hukum sebagai *expert*. Hasil penelitian menunjukkan: (1) persepsi mahasiswa terhadap klaim iklan *skincare* masih dibentuk oleh pengetahuan hukum yang dangkal dan tidak merata terhadap UUPK; (2) persepsi tersebut turut memengaruhi keputusan pembelian, yang didorong oleh kandungan produk, status BPOM, ulasan, rating, dan harga, dengan konten TikTok sebagai pintu masuk dominan melalui paparan algoritma berulang, sementara sikap kritis mahasiswa masih reaktif; (3) implementasi UUPK terhadap iklan *overclaim* di TikTok belum efektif, karena pengawasan lebih banyak dijalankan akun edukasi independen, dan mahasiswa cenderung pasif saat dirugikan. Penelitian ini menyimpulkan lemahnya perlindungan konsumen bukan karena ketiadaan norma hukum, melainkan implementasinya yang belum optimal, dan menjadi rekomendasi bagi mahasiswa, pelaku usaha, serta pemerintah dalam memperkuat perlindungan konsumen digital.

Kata Kunci: perlindungan konsumen, *overclaim*, *skincare*, *Tiktok*, UUPK

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Dinda Shafira Cahyanindia. Students' Perception as Consumers of Skincare Advertisement Claims on TikTok: A Study on the Implementation of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection. Pancasila and Civic Education Study Program, Faculty of Social and Law Sciences, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

This study aims to describe students' perception as consumers of skincare advertisement claims containing overclaims on TikTok. The widespread exaggerated claims in skincare product promotion on TikTok potentially harm consumers who do not yet understand their rights. This study employed a qualitative approach with a descriptive method through in-depth interviews, observation, and documentation, involving ten students from FISH UNJ, one staff member of Paragon Corporation as a key informant, and one legal expert lecturer as an expert. The results show that: (1) students' perception of skincare advertisement claims is still shaped by shallow and uneven legal knowledge of the Consumer Protection Law; (2) this perception also influences purchasing decisions, driven by product ingredients, BPOM registration status, reviews, ratings, and price, with TikTok content as the dominant entry point through repeated algorithmic exposure, while students' critical attitudes remain reactive; (3) the implementation of the Consumer Protection Law against overclaim advertisements on TikTok has not been effective, as oversight is mostly carried out by independent educational accounts, and students tend to remain passive when harmed. This study concludes that weak consumer protection is not caused by the absence of legal norms, but by implementation that has not been optimal, contributing recommendations for students, business actors, and the government in strengthening digital consumer protection.

Keywords: consumer protection, overclaim, skincare, Tiktok, UUPK

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

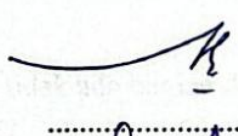
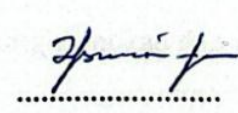
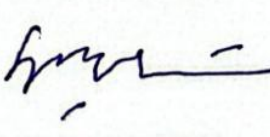
Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajidi, S.Th.I., M.A., Ph.D.

NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Yuyus Kardiman, M.Pd.</u> NIP. 197509072008121003 Ketua		<u>20/07/2026</u>
2.	<u>Prof. Dr. Achmad Husen, M.Pd.</u> NIP. 195909211986031001 Penguji Ahli I		<u>24/07/2026</u>
3.	<u>Fella Defilla, S.H., M.H.</u> NIP. 199403072025062006 Penguji Ahli II		<u>20/07/2026</u>
4.	<u>Dr. Yasnita, S.Pd., M.Si.</u> NIP. 197503032005012001 Pembimbing I		<u>22/07/2026</u>
5.	<u>Prof. Dr. Etin Solihatin, M.Pd.</u> NIP. 196601011989032003 Pembimbing II		<u>22/07/2026</u>

Tanggal Lulus: 03 Agustus 2026

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dinda Shafira Cahyanindia

No. Registrasi Mahasiswa : 1401622019

Program Studi : S1-Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul, “PERSEPSI MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN TERHADAP KLAIM IKLAN SKINCARE DI TIKTOK: KAJIAN IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”.

Sepenuhnya merupakan karya saya sendiri, tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat akademik. Apabila terdapat pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya dan pernyataan ini tidak sesuai dengan hal yang sebenarnya, saya siap mempertanggungjawabkan dan menanggung resikonya.

Jakarta 20 Juli 2026



METERAI
TEMPEL
5587CAOX144864595

Dinda Shafira Cahyanindia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dinda Shafira Cahyanindia
NIM : 1401622019
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Alamat email : dindashafirac@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**PERSEPSI MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN TERHADAP
KLAIM IKLAN SKINCARE DI TIKTOK: KAJIAN IMPLEMENTASI UNDANG-
UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Juli 2026



Dinda Shafira Cahyanidian

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."

— Q.S. Al-Insyirah [94]: 5–8

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kesehatan, dan kekuatan yang senantiasa diberikan selama proses penyelesaian karya ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta dan teman-teman tersayang yang tidak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan di setiap langkah perjalanan ini.

Persembahan ini juga ditujukan kepada seluruh pihak yang telah turut berkontribusi melalui bantuan, semangat, dan pelajaran berharga yang diberikan selama penyusunan skripsi berlangsung, terkhusus kepada para pengemudi ojek online yang dengan terbuka berbagi pengalaman dan pengetahuannya demi kelancaran penelitian ini. Semoga karya ini membawa manfaat bagi banyak pihak

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Mengenai Perlindungan Konsumen: Studi Kasus Iklan *Skincare* di Aplikasi *Tiktok*” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Saya menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Yuyus Kardiman, M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Yasnita, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, motivasi, berbagai masukan, serta bimbingan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesabaran, kehangatan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Etin Solihatin, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas

segala dukungan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Annisa Rahmi Faisal, S.Sy., M.H yang telah bersedia menjadi expert pada penelitian ini. Masukan dan pandangan yang diberikan sangat berharga dalam memperkaya analisis penelitian ini.
7. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang berharga selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua, abang dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, mencurahkan seluruh kasih sayang tanpa pernah meminta balasan apapun, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti. Doa yang tidak pernah putus dan dukungan yang selalu hadir di setiap momen menjadi kekuatan terbesar yang mengiringi setiap langkah penulis hingga sampai di titik ini. Tidak ada kata yang cukup untuk mengungkapkan betapa besar rasa syukur dan terima kasih penulis atas segala pengorbanan, semangat, dan kehangatan yang telah diberikan selama ini.
9. Uni Anansyah Putri selaku *Staff Development Product* Paragon, yang telah memberikan izin penelitian, meluangkan waktu, serta bersedia menjadi *key informant* dalam penelitian ini.
10. Liza, Sekar, Herisa, Nazla, Tafta, Jihan, Raisa, Gerind, Beatrice, Kania mahasiswa FISH UNJ yang telah meluangkan waktu dan bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
11. Terima kasih kepada Info Podcast sahabat selama masa perkuliahan, Raisa, Gerind, Jihan, Fikri, Maul, Sugi, Ilham, dan Eno yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama masa studi. Kalian bukan hanya sekadar teman, tetapi juga tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan tawa di tengah padatnya kehidupan perkuliahan. Terima kasih atas semangat dan

bantuan yang selalu diberikan tanpa diminta, serta kebersamaan yang membuat hari-hari selama perkuliahan terasa lebih ringan untuk dijalani.

12. Sahabat-sahabat tercinta Naila, Noer, Tira, Obit, Davina, Rena, Audy yang senantiasa hadir sebagai sosok yang baik, tulus, dan selalu bersedia mendengarkan setiap cerita, keluh kesah, maupun perjuangan yang penulis lalui. Terima kasih atas doa, motivasi, perhatian, dan dukungan yang tidak pernah lelah diberikan, serta kehadiran kalian yang selalu menguatkan penulis dalam menghadapi berbagai proses hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

13. Seluruh teman-teman seangkatan dan seperjuangan “ARCHINARA”, yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan ini. Kebersamaan, tawa, dan saling dukung yang terjalin selama empat tahun ini menjadi kenangan yang tidak akan mudah terlupakan. Terima kasih telah hadir dan mewarnai hari-hari penulis selama menempuh pendidikan.

14. Terakhir, untuk seluruh teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bentuk dukungan, doa, dan kebaikan yang telah diberikan selama perjalanan ini. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas dengan hal-hal yang jauh lebih baik.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang.

Intelligentia - Dignitas

Jakarta, 17 Juni 2026

Hormat Saya,

Dinda Shafira Cahyanindia

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR BAGAN ix

DAFTAR LAMPIRANx

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang 1

B. Masalah Penelitian 7

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian 8

D. Pertanyaan Penelitian 9

E. Manfaat Penelitian 10

F. Kerangka Konseptual 12

BAB II KAJIAN TEORITIK.....15

A. Konsep Perlindungan Konsumen 15

B. Konsep Iklan dan Iklan Menyesatkan 18

C. Media Sosial *Tiktok* sebagai Sarana Periklanan Digital 21

D. Mahasiswa sebagai Konsumen Digital 23

E. Konsep Kewarganegaraan Digital..... 27

F. Implementasi Kebijakan Publik George C. Edwards III..... 30

G. Penegakan Hukum Soerjono Soekanto 33

H. Penelitian Relevan.....	35
I. <i>State Of The Art</i>	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Tujuan Penelitian.....	40
B. Desain dan Pendekatan Penelitian	40
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
D. Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Kalibrasi Keabsahan Data.....	48
G. Teknik Analisis Data	49
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	51
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	51
B. Temuan penelitian	53
C. Pembahasan Penelitian.....	68
D. Keterbatasan Penelitian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi.....	88
C. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	100
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	222

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. 10 Data Negara Pengguna *Tiktok* Terbanyak di Dunia 2



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	35
Tabel 3. 1 Informasi Informan Penelitian	44
Tabel 4. 1 Bukti Overclaim pada Konten Tiktok dan Ketentuan UUPK yang Relevan.....	78



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1. Kerangka konseptual	12
--	-----------



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Observasi	100
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Informan Kunci	103
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Informan Utama	105
Lampiran 4. Pedoman Wawancara Informan Ahli	107
Lampiran 5. Catatan Lapangan	111
Lampiran 6. Hasil Observasi	112
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan Kunci.....	115
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Informan.....	121
Lampiran 9. Transkrip Wawancara Informan Ahli.....	165
Lampiran 10. Reduksi Data Informan Utama	180
Lampiran 11. Hasil Triangulasi	208
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian	214
Lampiran 13. Surat Izin Penelitian Skripsi	218

Intelligentia - Dignitas