

## RINGKASAN

**Rauzatul Nisa**      **Perlindungan Hukum Terhadap Perjanjian Jasa**  
**NIM 200510343**   **Promosi (*Endorsement*) Yang Dilakukan Oleh Selebgram**  
**Pada Media Sosial Instagram Ditinjau Dari Perspektif**  
**Kitab Undang-Undang Hukum Perdata**

**(Dr. Sulaiman, S.H., M.HUM)**

**(Sofyan Jafar, S.H., M.H)**

Pasal 1338 KUHPerdata menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Pada perjanjian *endorsement*, terdapat para pihak yaitu pihak selebgram dan pihak *onlineshop*. Selebgram adalah sebutan untuk seseorang yang terkenal di media sosial Instagram karena memiliki banyak pengikut pada akun instagramnya. Dalam pelaksanaan perjanjian *endorsement* pihak *onlineshop* hanya menerima perjanjian yang telah dibuat secara sepihak oleh pihak selebgram tanpa adanya negosiasi, sehingga seringkali *onlineshop* dirugikan secara sepihak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap perjanjian jasa promosi (*endorsement*) yang dilakukan oleh selebgram pada media sosial instagram ditinjau dari perspektif KUHPerdata, serta untuk mengetahui bagaimana bentuk perjanjian jasa promosi (*endorsement*) yang dilakukan oleh selebgram pada media sosial instagram ditinjau dari perspektif KUHPerdata.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian yuridis normatif yang meletakkan hukum sebagai sebuah norma, dengan pendekatan perundang-undangan yang digunakan untuk mengetahui keseluruhan peraturan hukum.

Hasil dari penelitian ini yaitu pertama, pemerintah harus memberikan perlindungan hukum yang layak terhadap pihak *onlineshop* agar pihak *onlineshop* tidak dirugikan secara sepihak dalam pelaksanaan perjanjian *endorsement*. Berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata perjanjian tersebut sah berdasarkan syarat sahnya perjanjian. Bentuk perlindungan hukum yang dapat diperoleh yaitu sebaiknya pemerintah membuat peraturan secara khusus terkait perjanjian *endorsement* yakni perjanjian tersebut harus dilakukan secara tertulis yang dibuat, disepakati, dan ditandatangani oleh kedua belah pihak sebagai bentuk dari perlindungan hukum preventif, serta pihak *onlineshop* dapat menuntut tanggung jawab berupa pemenuhan perjanjian *endorsement*, atau menuntut penggantian biaya, kerugian dan bunga kepada pihak selebgram sebagai bentuk dari perlindungan hukum represif berdasarkan Pasal 1267 KUHPerdata. Kedua, Bentuk perjanjian *endorsement* selama ini hanya dilakukan dengan sepihak terhadap ketentuan dan syarat yang telah dibuat secara sepihak oleh pihak selebgram.

Saran dari penelitian ini yaitu, pertama kepada pemerintah agar membuat atau mengatur perjanjian *endorsement* secara khusus agar tidak adanya pihak yang dirugikan. Kedua, kepada para pihak agar membuat perjanjian *endorsement* secara tertulis dalam bentuk akta autentik, dengan ini perjanjian akan kuat secara hukum.

**Kata Kunci: *Endorsement*, Selebgram, *Onlineshop*, Klausula Baku, Tanggung Jawab**

## SUMMARY

**Rauzatul Nisa**  
**NIM 200510343**

***Legal Protection for Endorsement Agreements Made by Celebrities on Sosial Media Instagram Viewed from the Perspective of the Civil Code***

**(Dr. Sulaiman, S.H., M.HUM)**  
**(Sofyan Jafar, S.H., M.H)**

*Article 1338 of the Civil Code states that all agreements made legally apply as law for those who make them. In an endorsement agreement, there are parties, namely the celebgram and the online shop. Selebgram is the term for someone who is famous on Instagram social media because they have many followers on their Instagram account. In implementing the endorsement agreement, the online shop only accepts agreements that have been made one-sidedly by the celebgram, which often results in one-sided losses for the online shop.*

*This research aims to find out what form of legal protection there is for promotional service agreements (endorsements) made by celebgrams on Instagram social media from the perspective of the Civil Code, as well as to find out what forms of promotional service agreements (endorsements) made by celebgrams on Instagram social media are seen from the perspective of Civil Code perspective.*

*The research method used is normative juridical research which places the law as a norm, with a statutory approach used to understand all legal regulations.*

*The results of this research are first, a form of preventive legal protection for endorsement agreements can be obtained from the government for online shops, namely that the government should make special regulations regarding endorsement agreements, namely that the agreement must be in writing, made, agreed upon and signed by both parties. and the online shop can demand responsibility in the form of fulfilling the endorsement agreement, or demand compensation for costs, losses and interest from the celebgram as a form of repressive legal protection based on Article 1267 of the Civil Code. Second, the form of endorsement agreement so far has only been carried out by agreeing to the terms and conditions that have been made one-sidedly by the celebgram without any negotiation so that there is a need for appropriate legal certainty by the government for online shops in implementing endorsement agreements.*

*The advice from this research is, firstly, for the government to make or regulate endorsement agreements specifically so that no party is harmed. Second, for the parties to make a written endorsement agreement in the form of an authentic deed, this agreement will be legally strong.*

**Keywords: Endorsement, Celebgram, Onlineshop, Standard Clause, Responsibility**