

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2	Permasalahan Penelitian.....	6
1.3	Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4	Sistematika Penulisan	8

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1	Tinjauan Pustaka	11
2.2	Landasan Teori	16
2.2.1	Undang-undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.....	16
2.2.2	Undang-undang No. 8 Tahun 1999	20
2.2.3	Peraturan Pemerintah No. 59 Tahun 2001 ..	35
2.2.4	Kedudukan Konsumen di Indonesia	39
2.2.5	Perlindungan Konsumn	42
2.2.6	Tanggung Jawab Pelaku Usaha	47
2.2.7	Badan Perlindungan Konsumen Nasional ...	51
2.2.8	Perlindungan Konsumen Melalui YLKB	52
2.2.9	Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ...	56
2.2.10	Pengertian Iklan dan Periklanan	57
2.2.11	Fungsi dan Tujuan Iklan	59
2.2.12	Jenis-Jenis Iklan	61
2.2.13	Iklan yang Menyesatkan	66
2.2.14	Kode Etik Periklanan	71
2.2.15	Pelanggaran dan Penyimpangan Terhadap Iklan Pada Umumnya	72

2.2.16	Bentuk Perlindungan Konsumen Terhadap Penyimpangan Iklan Obat Bebas Melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan Pelanggaran dan Penyimpangan Terhadap Iklan	74
2.2.17	Pendekatan Teori Sosiologi Hukum	76

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian	78
3.2	Objek Penelitian	78
3.3	Teknik Pengumpulan Data	79

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	83
4.2	Pembahasan	93

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

5.1	Kesimpulan	118
5.2	Keterbatasan	120
5.3	Rekomendasi	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

