

TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN *ENDORSEMENT* ANTARA

SELEBGRAM DENGAN ONLINE SHOP

(STUDI DI KOTA MATARAM)

JURNAL ILMIAH

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Mencapai Derajat S-1 Pada
Program Studi Ilmu Hukum**



Oleh :

REBICA STEVANI SOINBALA
D1A016269

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MATARAM**

2020

**TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN *ENDORSEMENT* ANTARA
SELEBGRAM DENGAN *ONLINE SHOP*
(STUDI DI KOTA MATARAM)**

JURNAL ILMIAH



Oleh :

REBICA STEVANI SOINBALA
D1A016269

Menyetujui,
Pembimbing Utama,

(Dr. Djumardin, SH.,M.Hum)
NIP.1963080988031001

**TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN ENDORSEMENT ANTARA
SELEBGRAM DENGAN ONLINE SHOP (STUDI DI KOTA MATARAM)**

**REBICA STEVANI SOINBALA
D1A016269**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MATARAM**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan serta hubungan hukum antara *selebgram* dengan *online shop*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif empiris. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Hubungan hukum antara *selebgram* dengan *online shop* termasuk dalam perjanjian obligator. Pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop* di kota Mataram dilaksanakan dengan kata sepakat melalui pesan di *direct messageinstagram*, yang ditandai dengan pihak *online shop* melakukan pembayaran *fee* ke rekening bank milik *selebgram* serta mengirim produk yang akan di*endorse*. Kemudian, pihak *selebgram* akan mengunggah foto/video berupa testimoni penggunaan barang/produk tersebut ke media sosial *instagram*-nya serta menandai akun *instagramonline shop* tersebut.

Kata Kunci : **perjanjian, endorsement, selebgram, online shop.**

***JURIDICAL REVIEW ON ENDORSEMENT AGREEMENT BETWEEN
CELEBGRAM (INSTAGRAM CELEBRITY) AND ONLINE SHOP
(Study in Mataram City)***

ABSTRACT

Aims of this work are to know implementation and legal relations between celebgram and online shop. This work applied normative-empirical legal research. Results of this research show that legal relation between celeb-gram and online shop categorized as obligator agreement, on which it conducted by mutual agreement through Instagram direct message. And then, the online shop conducting fee payment to the celeb-gram bank account and send the product which will be endorsed by the celeb-gram. And the last step is, the celeb-gram uploading photo/video in the form of testimonial of using the product on her Instagram account and tagging Instagram account of the online shop.

Key Words: agreement, endorsement, celebgram, online shop

I. PENDAHULUAN

Dengan seiring perkembangan teknologi dan modern cukup membantu para pemilik usaha dalam meningkatkan penjualan produk ke masyarakat. Melalui media sosial yang ada saat ini seperti *facebook, instagram, twitter, youtube*, dan media sosial lainnya para pemilik usaha dapat memperkenalkan atau memasarkan produknya dengan mudah. Agar lebih efektif biasanya para pemilik usaha menggunakan teknik endorsement dalam mempromosikan produknya.

Teknik endorsement adalah suatu bentuk promosi dagang yang dilakukan antara pelaku usaha dengan seorang yang mempunyai pengaruh besar dan memiliki banyak pengikut. Tidak harus memilih endorser dari kalangan artis tetapi juga bias melalui selebgram atau yang dikenal dengan istilah selebriti instagram. Dalam dunia bisnis modern *endorsement* merupakan kegiatan para pihak pemilik bisni meng-endorse atau meminta para selebriti/artis yang telah mempromosikan produknya tersebut.

Maka dari itu seiring perkembangan waktu yang semakin modern banyaknya metode dalam mempromosikan suatu produk sehingga para *online shop* yang memilih menggunakan jasa endors yang mana nantinya para *online shop* yang akan menjalin hubungankerjasama dengan para selebgram untuk mempromosikan produknya yang mana hubungan kerja sama ini akan menimbulkan suatu perjanjian dan terbentuknya hubungan hukum antara dua belah pihak.

Salah satu hal yang membuat pemilik usaha memilih teknik *endorsement* yaitu karena tidak perlu mengeluarkan banyak biaya tidak seperti menggunakan

iklan di tv, radio, ataupun majalah. Dengan adanya penggunaan jasa *endorsement* antara *online shop* dengan *selebgram* maka terbentuklah suatu perjanjian.

Menurut Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Pasal 1313 menyebutkan bahwa “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Perjanjian itu sendiri adalah perbuatan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu adanya hak dan kewajiban yang mengikat untuk ditaati para pihak. Pasal 1320 KUHPerdata menyatakan bahwa syarat sah perjanjian adalah: 1). Kesepakatan bagi mereka yang mengikatkan diri; 2). Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3). Suatu pokok tertentu; 4). Suatu sebab yang tidak terlarang.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu dibahas dan diteliti lebih mendalam tentang bagaimana proses terjadinya perjanjian *endorsement* serta pelaksanaannya yang nantinya akan menimbulkan hak dan kewajiban, sehingga hal-hal tersebut diataslah yang menimbulkan minat dan keinginan penulis untuk membahas dan menuangkannya dalam bentuk skripsi yang berjudul “ **Tinjauan Yuridis Perjanjian *Endorsement* antara *Selebgram* dengan *Online Shop* di Media Sosial *Instagram* (Studi Kasus di Kota Mataram)**”. Oleh karena itu penting untuk dilakukan penelitian terkait hubungan hukum para pihak dalam perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop*. Serta bagaimana proses pelaksanaan dari perjanjian *endorsement* itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan hukum para pihak dalam perjanjian *endorsement* serta untuk mengetahui proses pelaksanaan dari perjanjian

endorsement antara *selebgram* dengan *online shop*. Manfaat dari penelitian ini adalah agar meningkatkan pemahaman teori dan pemahaman dan pengetahuan umum tentang ilmu hukum mengenai proses pelaksanaan perjanjian *endorsement* serta bagaimana hubungan hukum antara pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian *endorsement* tersebut. Serta dapat digunakan sebagai bahan dan pedoman berupa informasi bagi pihak-pihak yang nantinya akan berhubungan dengan perjanjian *endorsement*. Jenis penelitian ini adalah normatif empiris, dan menggunakan tiga macam metode pendekatan, yaitu Pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*), Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) dan Pendekatan Analisis (*Analytical Approach*).¹

¹Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2009, hlm.97

II. PEMBAHASAN

Hubungan Hukum Antara *Selebgram* Dengan *Online Shop* Dalam Perjanjian *Endorsement*

Dalam perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop* termasuk dalam perjanjian jasa-jasa tertentu. Perjanjian jasa tertentu merupakan salah satu jenis perjanjian melakukan pekerjaan yang tertuang dalam Kitab Undang- Undang Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dalam Bab VII dari pasal 1601 sampai dengan 1617. Undang-Undang membagi perjanjian untuk melakukan perjanjian dalam tiga macam yaitu:² a). perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu; b). perjanjian kerja atau perburuhan; c). perjanjian pemborongan pekerjaan.

Dalam perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu, biasanya terdapat suatu kehendak dari pihak lawan untuk dilakukannya suatu prestasi agar tercapai suatu tujuan yang telah disepakati. Dalam hal ini pihak yang menghendaki dilakukannya suatu prestasi biasanya bersedia untuk membayar upah. Bagi pihak lawan (yang melakukan prestasi) ini adalah seseorang yang mempunyai kemampuan dalam melakukan pekerjaan tersebut dan biasanya ia jua sudah menentukan tarif untuk jasanya itu. Upah ini disebut honorarium.

Adapun unsur *essensilia* yang harus ada dalam perjanjian untuk melakukan jasa tertentu adalah jasa (orang yang memiliki kemampuan untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu) dan upah/*fee*. Maka dari itu unsur *essensilia* yang harus ada dalam perjanjian *endorsement* adalah jasa promosi yang diberikan

²Subekti, *Aneka Pejanjian*, PT. Citra Aditya, Bandung, 2014 hlm.57

selebgram berupa testimoni mealui media soaial instagramnya dan upah/fee adalah harga yang harus dibayarkan oleh pihak *online shop* kepada *selebgram* karena jasa yang elah diberikannya.

Berdasarkan pengertian perjanjian untuk melakuka perjanjian jasa-jasa tertentu tersebut dapat diketahui subjek hukum dri perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu adalah penyedia jasa dan konsumen (pengguna jasa). Oleh karena itu perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop* termasuk dalam perjanjian untuk melakukan jasa-jasa yang mana pihak *selebgram* sebagai penyedia jasa dan pihak *online shop* sebgai konsumen (pegguna jasa).

Selain subjek, dalam perjanjian *endorsement* harus pula diketahui objek perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop*. Objek dalam perjanjian adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh kedua belah pihak di dalam perjanjian itu.³Objek perjanjian lazimnya disebut sebagai prestasi. Dalam Pasal 1234 KUHPperdata prestasi terdiri dari:⁴ 1). Memberikan sesuatu; 2). Berbuat sesuatu; 3). Tidak berbuat.

Dalam pasal 1234 KUHPperdata maka dapat ditentukan prestasi dalam perjanjian *endorsement* adalah berbuat sesuatu, yaitu mempromosikan barang/produk berupa testimoni. Objek dalam perjanjian *endorsement* adalah keahlian jasa dari *selebgram*. Hal ini ditunjukkan dalam kegiatan yang dilakukan oleh *selebgram* yaitu mempromosikan produk usaha dari *online shop* melalui media sosial instagram milik slebgram tersebut bisa berupa postingan foto, postingan video, dan postingan *story*.

³ Salim HS, *Hukum Kontrak dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 34

⁴ Ibid.

Dalam proses pelaksanaannya perjanjian *endorsement* menggunakan perjanjian secara tertulis walaupun tidak dalam bentuk hitam di atas putih, tetapi hanya melalui *direct message* di *instagram* atau *whatsapp*. Dikatakan sebagai bentuk tertulis karena Informasi Elektronik termasuk atau dapat pula digolongkan ke dalam alat bukti tertulis jika berbentuk tulisan (dicetak/diprint) dan asli. Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik dianggap sah sepanjang informasinya dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga dapat menerangkan suatu keadaan. Oleh karena itu Informasi Elektronik mempunyai kekuatan pembuktian seperti alat bukti tulisan jika dapat ditampilkan ataupun dicetak dan pemilik mengakui kepemilikannya.⁵ Hal tersebut dapat dipahami dengan diundangkannya UU ITE maka Informasi atau Dokumen Elektronik sebenarnya merupakan perluasan alat bukti yang secara limitatif telah diatur dalam Pasal 164 HIR/Pasal 284 RBg dan 1866 KUHPperdata. Maka dari itu perjanjian *endorsement* bisa dikatakan sebagai perjanjian elektronik atau kontrak elektronik dikenal dengan istilah *e-contract*.

Dalam Pasala 6 UNICITRAL *Model Law on Electronic Commerce* menyebutkan: “*where the law requires information to be in writing, that requirement is met by a data messege if the information contained there in accessible so as to be usable for subsequent refrence*”, yang berarti bahwa dalam hukum harus mengharuskan adanya suatu informasi dalam bentuk tertulis maka

⁵ Heniyatun, Bambang Tjatur Iswanto dan Puji Sulistyaningsih, *Kajian Yuridis Pembuktian dengan Informasi Elektronik dalam Penyelesaian Perkara Perdata di Pengadilan*, Universitas Muhamadiyah Magelang, 2018, hlm. 32

suatu data elektronik dapat dapat memenuhi syarat itu.⁶ Dalam UNICITRAL *Model Law on Electronic Commerce* tersebut disebutkan juga bahwa data message memiliki kekuatan pembuktian. Lebih lanjut dalam UNICITRAL *Model Law on Electronic Commerce* tersebut dicantumkan bahwa suatu transaksi elektronik diakui sederajat dengan “tulisan” di atas kertas sehingga tidak dapat ditolak sebagai bukti pengadilan.⁷ Menurut dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 1 angka 17 menyebutkan bahwa kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Kontrak elektronik menggunakan digital sebagai pengganti kertas. Penggunaan data digital akan memberikan efisiensi yang sangat besar terutama bagi perusahaan yang menjalankan bisnis online melalui internet. Di dalam kontrak elektronik, para pihak tidak perlu bertatap muka secara langsung bahkan tidak pernah bertemu sama sekali. Bisa dikatakan kontrak elektronik (*e-contract*) adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih yang dilakukan dengan menggunakan media komputer, *gadget*, atau alat komunikasi lainnya.⁸ Bentuk perjanjian endorsement yakni perjanjian yang melalui *chatting*. Hal ini juga masih bisa dikatakan sebagai perjanjian yang sah, serta hubungan keduanya mengikat. Sebagaimana tertera dalam Pasal 5 Undang-Undang Informasi dan

⁶ Sylvia Christina Aswin, *Keabsahan Kontrak Dalam Transaksi Komersial Elektronik*, (Tesis Magister Kenotariatan Hukum Universitas Diponegoro), Semarang, 2006

⁷ *Ibid.*

⁸ Desi Malinda, *E-contract Pada PT. Go-Jek Indonesia Dalam Perjanjian Mitra Usaha Menurut Syirkah'inan*, 2019, hlm. 32

Transaksi Elektronik, “Informasi elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat hukum yang sah”.⁹

Hubungan hukum antar pihak dalam perjanjian endorsement adalah pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian, dimaksud dalam perjanjian adalah siapa saja yang terlibat dalam suatu perjanjian. Dalam perjanjian *endorsement* sendiri pihak-pihak yang dimaksud adalah *endorser/selebgram* dan *endorsee/online shop*. Dalam Pasal 1315 menegaskan: “Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri.”

Dalam hal ini perjanjian *endorsement* menimbulkan perikatan, artinya sejak terjadi perjanjian *endorsement* timbullah hak dan kewajiban bagi *selebgram* dan *online shop*. Perjanjian *endorsement* termasuk perjanjian obligator yaitu perjanjian yang mewajibkan seseorang untuk menyerahkan atau membayar sesuatu, sehingga merupakan jenis perjanjian timbal balik, yaitu kewajiban *selebgram/endorser* merupakan hak bagi *online shop/endorsee* begitupun sebaliknya.

Hak dan kewajiban kedua belah pihak akan tergantung pada hasil kesepakatan bersama dan tiap-tiap perjanjian akan memiliki perbedaan hak dan kewajiban, tetapi pada dasarnya perjanjian tersebut harus saling menguntungkan antara kedua belah pihak yaitu pihak *online shop* dengan *selebgram*. Adapun mengenai hak dan kewajiban tentu telah mengikat kedua belah pihak untuk melaksanakannya. Adapun kewajiban-kewajiban tersebut harus dilaksanakan oleh

⁹Pontynindya Hyang Adhisti Wulandari, *Perjanjian Tidak Tertulis dalam Endorsement Antara Online Shop Alstuff Malang Dengan Selebgram Prespektif Hukum Islam*, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019, hlm. 64

selebgram dan hal tersebut merupakan hak dari *online shop* yang terikat dalam perjanjian, begitupun sebaliknya.

Peran itikad baik dalam rangka pelaksanaan perjanjian memiliki peran yang sangat penting. Sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 Ayat (3) KUHPerdara, hal ini menjadi alasan yang sangat rasional apakah perjanjian *endorsement* ini dilaksanakan dengan baik atau tidak. Dengan demikian perjanjian ini dapat menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang membuat perjanjian tersebut, karena itu perjanjian yang dibuat bagi para pihak adalah merupakan sumber hukum formal, asalkan perjanjian tersebut perjanjian yang sah.

Pelaksanaan Perjanjian *Endorsement* Antara *Selebgram* dengan *Online Shop* di Media Sosial Instagram

Adapun tahapan dalam penyusunan perjanjian kontrak yang menganut prosedur perjanjian ada 3 (tiga) tahap yaitu: 1). Tahap Pra-Contraktual, yaitu adanya penawaran dan penerimaan. Artinya menurut teori ini bahwa *teosteming* terjadi pada saat pihak yang menawarkan, menerima langsung jawaban dari pihak lawan. Menyetujui dan sepakat untuk melakukan hubungan kontrak perjanjian kerjasama. Dalam perjanjian *endorsement* sendiri penawaran yang diberikan oleh *selebgram* berupa paket *endorsement* seperti apa yang dipilih oleh *online shop* seperti *paid promote instastory* atau melalui *feeds* instagram. Nantinya jika *online shop* merasa sesuai dengan paket *endorsement* yang diberikan oleh *selebgram* maka masuk ke tahap berikutnya; 2). Tahap Contraktual, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendakantra para pihak yang melakukan perjanjian. Artinya bahwa tahap ini merupakan momentum terjadinya perjanjian kontrak kerjasama antara kreditur dan debitur. Namun ada katanya tidak persesuaian

antara pernyataan dengan kehendak. Dalam perjanjian endorsement tahap ini berkaitan dengan penentuan isi perjanjian dari harga *fee*, barang/produk yang akan diendorse, ketepatan waktu dalam memposting foto/video berupa testimoni dari ketentuan-ketentuan ini akan menghasilkan hak dan kewajiban bagi para pihak;

3). Tahap Pos-Contraktual, yaitu pelaksanaan perjanjian. Artinya bahwa tahap ini merupakan kesepakatan untuk melaksanakan perjanjian kerjasama, para pihak terpaku pada aturan yang telah dibuat dan disepakati bersama oleh para pihak untuk melakukan kontrak kerjasama serta mampu meminimalisir bentuk-bentuk dari perjanjian yang akan dilaksanakan. Dalam perjanjian *endorsement* pelaksanaan ini sendiri dimaksud bagaimana implementasi dari perjanjian *endorsement* di lapangan atau secara kenyatannya.

Lazimnya sebelum dilakukannya perjanjian yang dilakukan antara *selebgram* dengan *online shop* terlebih dahulu biasanya *online shop* mencari kira-kira *selebgram* mana yang dapat menciptakan apa yang menjadi keinginan dari *online shop* sendiri. Menurut *online shop @fizzproject_* dalam menentukan *selebgram* biasanya mereka memilih *selebgram* yang memiliki pengaruh yang besar di daerah Mataram dan mempunyai banyak *follower* di *Instagram*-nya.¹⁰ Sama halnya dengan *online shop @dcakeandfood*, *online shop* ini dalam memilih *selebgram* juga memperhatikan *follower* dan tarif *endorsement* yang diberikan oleh pihak *selebgram*.¹¹ *Online shop* akan menghubungi *selebgram* melalui *direct message instagram* atau *whatsApp* untuk menawarkan kerjasama pada *selebgram*

¹⁰Wawancara dengan Zilvia Ningrum, Pemilik Online Shop @fizzproject, Pada Hari 19 Juli 2020 pukul 14.11 WITA

¹¹Wawancara dengan Cindy Dewu, Pemilik Online Shop @dcakeandfood, Pada Hari 10 Juli 2020 pukul 17.18 WITA

yang akan melakukan *endorse* untuk dapat membantu memasarkan produknya. Dalam menentukan tarif *endorsement* dilakukan oleh pihak *selebgram*.¹² Jika pihak *online shop* setuju dengan harga dan ketentuan yang ada maka munculah suatu perjanjian. selanjutnya *selebgram* disebut sebagai *endorser*, sedangkan pemilik bisnis yang memakai jasa *endorse* disebut sebagai *endorsee*. Jika kedua pihak telah setuju atau adanya kesepakatan, maka pihak *online shop* akan mentransfer *fee* dari *selebgram* tersebut sesuai yang sudah disepakati. *Online Shop* yang telah melakukan transfer beserta telah mengirimkan produk/barang maka akan didahulukan untuk di post oleh pihak *selebgram*. Namun yang terpenting adalah bukanlah pengiriman produk melainkan pembayaran *fee* dari *selebgram* tersebut. Untuk produk/barang yang akan di*endorse* biasanya pihak *online shop* akan memberikan opsi barang-barang mana saja yang akan dipromosikan yang kemudian dipilih oleh *endorser/selebgram*. Lazimnya produk yang diberikan kepada *selebgram* itu gratis. Dalam memasarkan suatu produk banyak pilihan cara yang diberikan oleh *selebgram* kepada *pihak online shop* dengan tawaran harga yang berbeda, kemudian langkah selanjutnya *endorser* tersebut harus mengunggah foto atau *video* dirinya menggunakan produk dari *endorsee* ke akun *instagram*-nya berupa testimoni yang baik dan menarik dari pemakaian produk tersebut sehingga dari testimoni yang baik dan menarik tersebut dapat menarik perhatian dari *followersselebgram* tersebut. *endorser* juga harus memberitahu atau menandai akun *Instagram online shop* tersebut. Hal ini nantinya berdampak baik bagi pihak *endorsee/online shop* karena para *followersselebgram*

¹²Wawancara dengan Selebgram Avril Stef, Pemilik Akun Instagram @avrilsteff, Pada Hari 10 Juli 2020 pukul 17.18 WITA

tentunya ingin memakai produk yang sama dengan idolanya dan pada akhirnya banyak *followers* dari *selebgram* yang membeli produk di *online shop* tersebut.

Perjanjian kerjasama *endorsement* akan berakhir setelah dilakukan *endorsement* sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian, apabila ingin memperpanjang perjanjian *endorsement*, maka harus menghubungi kembali dari awal, biasanya *online shop* akan kembali melakukan *survey* untuk melihat berapa jumlah orang yang tertarik pada produk yang di*endorse* oleh *selebgram*, berapa banyak konsumen yang membeli produk yang di*endorse* tersebut dan seberapa besar pengaruh yang dihasilkan oleh *endorser* terhadap *online shop* tersebut. Biasanya *online shop* akan memilih *selebgram* mana yang sedang “naik daun” atau mempunyai pengikut yang sangat banyak sehingga dapat berpengaruh positif pula terhadap tingkat penjualan si *online shop* tersebut.

III. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa: 1. Hubungan hukum antara *selebgram* dengan *online shop* termasuk dalam perjanjian obligator yang mana menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Jenis perjanjian yang digunakan pada perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop* adalah jenis perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu. Bentuk perjanjian antara *selebgram* dengan *online shop* di kota Mataram termasuk dalam bentuk perjanjian tertulis melalui *direct message* yang ada di aplikasi *instagram*. 2. Pelaksanaan perjanjian *endorsement* antara *selebgram* dengan *online shop* di kota Mataram dilaksanakan dengan kata sepakat melalui pesan di *direct message instagram*. Kesepakatan ini ditandai apabila pihak *online shop* telah melakukan pembayaran *fee* melalui transfer uang ke rekening bank milik *selebgram* serta mengirim produk yang akan *diendorse* ke pihak *selebgram*. Kemudian, pihak *selebgram* akan mengunggah foto/video berupa testimoni penggunaan barang/produk tersebut ke media sosial *instagram*-nya serta menandai akun *instagram online shop* tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut: 1. Kepada *selebgram* diharapkan agar lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk memilih *online shop* yang produknya akan diendorse. Hendaknya *selebgram* mencari tau informasi apakah produk/barang yang akan diendorse aman dan terjamin kualitasnya sehingga diharapkan jika *followers*/pengikut *selebgram* tersebut membeli barang/produk tersebut dapat bermanfaat. 2. Kepada pemilik *online shop* diharapkan produk/barang yang akan diendorse sebaiknya produk/barang yang aman dan terjamin kualitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku,Artikel

Desi Malinda, *E-contract Pada PT. Go-Jek Indonesia Dalam Perjanjian Mitra Usaha Menurut Syirkah'inan*, 2019.

Heniyatun, Bambang Tjatur Iswanto, dan Puji Sulistyaningsih. *KajianYuridis Pembuktian Dengan Informasi Elektronik Dalam Penyelesaian Perkara Perdata Di Pengadilan, Universitas Muhamadiyah Magelang*, 2018

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2009.

Pontynindya Hyang Adhisti Wulandari, *Perjanjian Tidak Tertulis dalam Endorsement Antara Online Shop Alstuff Malang Dengan Selebgram Prespektif Hukum Islam*, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.

Salim HS, *Hukum Kontrak Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Sylvia Christina Aswin, *Keabsahan Kontrak Dalam Transaksi Komersial Elektronik*, Universitas Diponegoro, 2006

PeraturanPerundang-Undangan

Indonesia, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun Tahun 2016 Tentang Dan Transakasi Elektronik.

Wawancara

Wawancara dengan Selebgram Avril Stef, Pemilik Akun Instagram @avrilsteff, Pada Hari 10 Juli 2020 pukul 17.18 WITA

Wawancara dengan Cindy Dewu, Pemilik Online Shop @dcakeandfood, Pada Hari 10 Juli 2020 pukul 17.18 WITA

Wawancara dengan Zilvia Ningrum, Pemilik Online Shop @fizzproject, Pada Hari 19 Juli 2020 pukul 14.11 WITA