

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini terus berkembang dan memudahkan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contoh pengembangan teknologi yang sering digunakan yaitu media sosial. Hal tersebut tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dikarenakan arus globalisasi yang sangat pesat.<sup>1</sup> Perkembangan teknologi saat ini dapat merubah tingkah laku masyarakat dan dapat merubah peradaban manusia. Dengan adanya internet, memunculkan dunia baru atau biasa disebut dengan *virtual world*, di mana dunia mengubah kebiasaan manusia yang salah satu contohnya yaitu masyarakat saat ini menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara dunia terhubung secara luas dan berpengaruh besar terhadap dimensi sosial, ekonomi, dan budaya. Proses globalisasi yang semakin cepat diperkuat oleh peningkatan penggunaan jaringan komputer melalui infrastruktur telekomunikasi, di mana internet menjadi semakin populer sebagai "*the network of the networks*" di seluruh dunia.<sup>2</sup>

Di era globalisasi saat ini, tingkat penguasaan teknologi menjadi simbol *prestise* dan ukuran kemajuan suatu negara. Sebuah negara dianggap maju apabila memiliki tingkat penguasaan teknologi yang tinggi (*high technology*),

---

<sup>1</sup> Hendro Setya Wahyudi, Mita Puspita Sukmari, "Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat." Jurnal Analisa Sosiologi, Vol. 3, No, 1, April 2014, hal 13.

<sup>2</sup> Edmon Makarim, Kompilasi Hukum Telematika, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003), hal. 4.

sementara negara-negara yang kesulitan beradaptasi dengan perkembangan teknologi sering disebut sebagai negara yang tidak berhasil (*failed country*). Kemajuan dalam teknologi dan komunikasi telah secara mendasar, mengubah cara kita mentransformasikan teknologi ke dalam sektor produksi dengan lebih cepat dan lebih efisien.<sup>3</sup>

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi memiliki dampak yang kompleks, dengan adanya keuntungan dan kerugian yang signifikan. Penggunaan teknologi ini berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan peradaban manusia. Selain itu, kemajuan teknologi juga bisa digunakan sebagai aktivitas yang melanggar hukum, menyerang kepentingan individu, masyarakat, dan negara.<sup>4</sup>

Secara umum, teknologi informasi dan komunikasi mencakup berbagai komponen seperti konten yang berisi informasi yang disampaikan kepada publik melalui berbagai media seperti cetak, elektronik, dan juga yang disimpan dalam pangkalan data. Informasi ini kemudian dikomunikasikan dalam bentuk pesan atau data *messages*. Selain itu, terdapat juga *komputasi*, komunikasi, dan komunitas yang mewakili sistem keterhubungan dan *interoperabilitas* global antar sistem informasi, jaringan komputer, serta penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Muh David balya al, "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial," Jurnal Ilmu Komunikasi Sosial Dan Humaniora, Vol. 1, No. 3, Agustus 2023,hal 276

<sup>4</sup> Adam Chazawi, Ardi Ferdian, TINDAK PIDANA INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK Penyerangan Terhadap Kepentingan Hukum Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Transaksi Elektronik, (Malang: Tim MNC Publishing, 2015), Hal. 2.

<sup>5</sup> *Ibid*, hal. 8

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dapat menginspirasi masyarakat menciptakan inovasi dalam mengembangkan profesi baru yaitu sebagai *content creator*. Hal ini menunjukkan bahwa *content creator* dapat berpengaruh dan memberikan kontribusi besar dalam bidang bisnis, salah satunya mempengaruhi konsumen ketika memutuskan pembelian suatu produk. *Content creator* dapat memberikan informasi serta menarik minat konsumen dalam pembelian suatu produk.

Review atau ulasan yang dibuat oleh pembuat konten dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu *paid promote* dan *paid endorse*. Penggunaan *paid promotion* adalah sistem yang simpel dan terjangkau secara biaya, di mana produsen mengirimkan materi berupa foto atau video beserta *copywriting*. Kemudian, terdapat sistem *paid endorse*, yang merupakan bentuk *review* berbayar. Pada *paid promotion* produsen memberikan produknya secara gratis pada *content creator* untuk membuat konten *review* beserta materi yang diperlukan. Pembayaran untuk *paid endorse* lebih tinggi dibandingkan dengan *paid promotion*, sebab *content creator* menyiapkan *content* ulasan secara menyeluruh, sedangkan dalam *paid endorse*, terdapat opsi untuk dilakukan tanpa pembayaran yang biasa disebut sebagai *free endorse*.<sup>6</sup>

Pada dasarnya melakukan *review* atau memberikan ulasan terhadap suatu produk merupakan hak untuk didengar atas sesuatu kebebasan berpendapat baik dalam hal positif maupun negatif terhadap barang yang sudah

---

<sup>6</sup> Firlina Alma Maulidia, "Pelaksanaan Endorsment Melalui Influencer yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", (Skripsi, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, 2020), hal. 34.

dipergunakan, hal tersebut diatur pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen :

1. ....
2. ....
3. Hak informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.<sup>7</sup>

*Content creator* yang memberikan ulasan terhadap suatu produk secara umum diperbolehkan dan tidak melanggar peraturan, mengingat konsumen tersebut telah membeli produk dan memberikan pandangannya terhadap produk tersebut.<sup>8</sup>

Semakin populer seorang *content creator* maka ulasannya semakin didengar oleh konsumen lain. Ketika memberikan ulasan suatu produk *content creator* bukan hanya memberikan ulasan yang positif saja tetapi *content creator* bisa memberikan ulasan yang negatif terhadap suatu produk, kebenaran informasi yang disampaikan tidak dapat dijamin dan hal ini bisa mengakibatkan kerugian bagi penjual. Kerugian yang dialami penjual akibat ulasan negatif yang diberikan oleh *content creator* dapat dikategorikan sebagai unsur Perbuatan Melawan Hukum (*Onrechtmatige Daad*) yang diatur pada Pasal 1365 Burgerlijk Wetboek yaitu “tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.<sup>9</sup> Hal tersebut

---

<sup>7</sup> Pasal 4 Undang-Undang Negara RI Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>8</sup> I Wayan Pertama Yasa, Ni Komang Arini Styawati, Ni Made Puspasutari Ujiant, "Perlindungan Hukum Terhadap Ketentuan Me-Review Produk Dimedia Sosial," Jurnal Interpretasi Hukum, Vol. 3, No, 1, Maret 2022, hal .211

<sup>9</sup> Pasal 1365 BW

memiliki unsur-unsur yaitu adanya perbuatan, perbuatan yang dilakukan melanggar hukum, adanya kerugian yang dialami korban, dan adanya hubungan sebab dan akibat antara perbuatan dengan kerugian.

Kemudian, perbuatan yang dilakukan *content creator* memberikan ulasan negatif yang kebenarannya tidak dapat dipastikan juga termasuk kategori perbuatan yang dilarang. Sebagaimana pada ketentuan Pasal 27A Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, (yang selanjutnya disebut UU No 1 Tahun 2024) yaitu :

“Tiap orang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan cara menuduhkan suatu hal, dengan maksud supaya hal tersebut diketahui umum dalam bentuk Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang dilakukan melalui Sistem Elektronik.”<sup>10</sup>

Terdapat contoh ulasan negatif dilakukan oleh seorang *content creator* ke media sosialnya berupa *instagram* dan *youtube*, dengan nama akun *instagram* @richard\_lee dan channel *youtubenya* yaitu dr. Richard Lee, MARS atas kasus kosmetik *Helwa Beautycare* milik Nabila Ismail Attamimi. Dr. Richard Lee menyatakan bahwa produk kosmetik tersebut dianggap sangat berisiko untuk digunakan. Melalui uji laboratorium yang dilakukannya,

---

<sup>10</sup> Pasal 27A Undang-Undang RI Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Richard Lee menyoroiti bahwa *Helwa Beautycare* mengandung 5,7 *hidrokuinon*, suatu bahan yang dianggap berpotensi berbahaya.<sup>11</sup>

Setelah ulasan tersebut, salah satu pengguna produk *Helwa Beautycare* telah meminta penjelasan dari Laboratorium PT. Saraswati Indo Geneteach mengenai hasil uji laboratorium produk tersebut. Saat diminta klarifikasi, Laboratorium PT. Saraswati Indo Geneteach menyatakan bahwa mereka tidak pernah melakukan pengujian terhadap produk kosmetik tersebut dan mengonfirmasi adanya kandungan *hidrokuinon* dalam produk kosmetik *Helwa Beautycare*. Pemilik *Helwa Beautycare* dalam gugatannya juga menegaskan bahwa semua produk kosmetik mereka telah memenuhi standar kesehatan dan telah mendapat izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Berkaitan akan hal ini, BPOM juga mengatur standar yang harus dipatuhi oleh produk melalui serangkaian pengujian ketat untuk memastikan keamanannya sebelum produk tersebut dapat dijual dan digunakan oleh masyarakat.

Akibat ulasan yang diberikan oleh Dr. Richard Lee terhadap produk kosmetik *Helwa Beautycare*, di mana ia menyatakan produk tersebut sangat berisiko karena mengandung 5,7% *hidrokuinon*. Dengan alasan tersebut telah menyebabkan pemilik produk mengalami kerugian materil, yaitu berupa penurunan pendapatan dari bulan Januari 2019 hingga Agustus 2020 sebesar Rp. 16.000.000.000,00 (enam belas miliar Rupiah), dan kerugian immaterial

---

<sup>11</sup>Dikutip dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/11/17/133411120/kronologi-kasus-kartika-putri-dan-richard-lee-berawal-dari-krim-mengandung?page=all> diakses pada hari Jum'at, 15 Desember 2023).

berupa penurunan kepercayaan konsumen terhadap produk *Helwa Beautycare*.<sup>12</sup>

Contoh lainnya yaitu seorang *content creator* yang bernama Dedy Candra melalui *platform* media sosial tiktok dengan nama akun @ompolosbanget atas kasus menghina bangunan Apartemen Tokyo Riverside milik PT.Mandiri Bangunan Makmur. Dedy Candra kerap membuat konten-konten negatif yang mengandung provokasi, adu domba, kata-kata kasar, fitnah, penghinaan atau pencemaran nama baik, berita bohong atau *hoax* terkait proyek Apartemen Tokyo Riverside. Hal tersebut membuat geram direktur PT.Mandiri Bangunan Makmur sehingga melaporkannya dengan tindakan pencemaran nama baik.<sup>13</sup> Oleh sebab itu, pengaturan serta pengawasan sangat penting untuk menetapkan batasan-batasan bagi *content creator* di Indonesia dalam memberikan ulasan produk di *platform* media sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam yang akan dihasilkan dalam bentuk skripsi berjudul **"PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENJUAL TERKAIT ULASAN YANG DIBAGIKAN MELALUI MEDIA SOSIAL"**.

## **B. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi identifikasi dan perumusan masalah adalah :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi penjual apabila terjadi kerugian akibat ulasan yang dibagikan melalui media sosial ?

<sup>12</sup> *Ibid*

<sup>13</sup> Dikutip dari (<https://www.metrotvnews.com/play/NrWC5RmY-komplain-di-media-sosial-tiktoker-om-polos-dipenjara-2-tahun> diakses pada hari Kamis, 22 Februari 2024).

2. Bagaimana tanggungjawab pemberi ulasan yang dibagikan melalui media sosial terhadap kerugian yang dialami oleh penjual ?

### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap penjual terkait ulasan yang mengandung unsur kebencian terhadap suatu produk yang dibagikan melalui media sosial.
2. Mengetahui dan menganalisis mengenai bentuk tanggungjawab pemberi ulasan yang dibagikan melalui media sosial terhadap kerugian yang dialami oleh penjual.

### **D. Kegunaan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas cakupan pengetahuan dengan mendasarkan diri pada permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan kegunaan maupun manfaat bagi pembaca baik dari segi akademis, segi kelembagaan, segi sosial.

#### **1. Segi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam studi hukum, terutama hal yang berkaitan dengan pengaturan yang lebih rinci dalam memberikan ulasan produk yang dibagikan melalui media sosial, serta mampu memberikan gambaran secara garis besar terhadap perlindungan hukum bagi penjual.

## 2. Segi Kelembagaan

Dari segi kelembagaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga yang menaungi perlindungan hukum bagi penjual terkait ulasan yang dibagikan melalui media sosial. Lembaga yang berkaitan dalam hal ini adalah KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informatika), berperan sebagai regulator, yang seharusnya melalui Direktorat Jenderal Aplikasi Informasi (DJAI).

## 3. Segi Sosial

Dari segi sosial penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan gambaran bagi masyarakat luas tentang perlindungan hukum bagi penjual terkait ulasan yang dibagikan melalui media sosial serta memberikan pandangan kepada masyarakat khususnya *content creator* dalam memberikan suatu pendapat yang dilontarkan terhadap orang lain dan suatu produk. Walaupun Indonesia merupakan negara demokrasi yang memberikan kebebasan berpendapat tetapi kebebasan tersebut dibatasi oleh norma-norma hukum lainnya.