

BABI

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia memiliki banyak suku, agama, dan bahasa yang beraneka ragam dari Sabang sampai Merauke (Abraham Ferry Rosando 2018). Seiring dengan Hal tersebut menjadi sebuah kekayaan yang dimiliki oleh negara Indonesia yang sungguh tidak ternilai harganya.berjalannya waktu dan berkembangnya zaman serta dengan adanya internet ini banyak orang yang dimanjakan oleh kemajuan teknologi yang segala sesuatunya bisa dilakukan dengan instan, cepat, dan praktis. Efek Kemajuan informasi dan teknologi (*IT*) telah mendorong kemudahan berbagai layanan dalam urusan jual beli barang. Perkembangan Teknologi membawa kemudahan dalam pertukaran informasi sehingga keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya berbagai kegiatan yang memanfaatkan internet untuk penyebaran, pemasaran ,penjualan,atau pembelian barang maupun jasa.

Penggunaan *internet* dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Transformasi gaya hidup masyarakat saat ini juga telah menggeser pemasaran konvensional ke ranah digital. Internet (*Interconnected Network*) merupakan jaringan komputer yang terdiri dari berbagai jaringan dengan ukuran berbeda yang saling berhubungan melalui suatu medium komunikasi elektronik dan dapat saling mengakses layanan-layanan yang disediakan oleh jaringan lainnya. Selain banyak menolong masyarakat, saat ini teknologi dijadikan sarana informasi dan komunikasi paling utama (Rhenald Kasali 2000).

Merebaknya media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat merupakan salah satu pertanda dari adanya internet sebagai media komunikasi dan informasi modern. Saat ini social media bukan hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi oleh masyarakat, tetapi lebih dari itu media sosial saat ini dijadikan sebagai tempat memperoleh informasi terkini. Perolehan informasi terkini bukan hanya terkait pemberitaan karena adanya suatu tindak pidana ataupun bencana alam, akan tetapi saat ini lebih mengarah kepada informasi berkenaan dengan suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Masyarakat memperoleh informasi suatu produk di media sosial karena adanya pihak-pihak yang melakukan ulasan (*Review*) atas suatu produk, baik itu barang ataupun jasa. Belakangan kegiatan mengulas suatu produk sedang marak terjadi, baik dilakukan oleh kalangan profesional seperti influencer ataupun dari kalangan

masyarakat biasa yang mendapatkan gairah untuk berbagi informasi kepada masyarakat luas terkait produk yang telah Ia gunakan. Kegiatan mengulas ini akhirnya terus marak terjadi dilakukan oleh masyarakat di seluruh dunia khususnya Indonesia karena adanya dorongan untuk saling berbagi informasi.

Kegiatan mengulas (*review*) suatu produk saat ini mengalami beberapa permasalahan, mulai dari permasalahan etika, dan yang terburuk adalah permasalahan hukum. Hal ini tidak terlepas dari adanya pihak yang merasa keberatan dan dirugikan sebagai akibat dari adanya ulasan yang dilakukan oleh para konsumen di media sosial. Para pelaku usaha merasa dirugikan karena mengganggu ulasan atau *review* yang diberikan oleh konsumen menurunkan nilai dari barang atau jasa yang dijualnya, sehingga menimbulkan suatu perbuatan pidana pencemaran nama baik melalui media sosial. Walaupun kegiatan mengulas dapat memberikan dampak keuntungan.

Permasalahan mengulas produk oleh konsumen di media sosial ini pun menjadi perdebatan tersendiri dan menimbulkan pro juga kontra. Hal ini disebabkan banyak pihak khususnya konsumen merasa memiliki hak untuk mengulas suatu produk atas dasar “kebebasan berpendapat” yang dijamin oleh hukum. Di lain sisi, pelaku usaha berpandangan perbuatan mengulas (*review*) tersebut tidak etis dan justru dapat merusak nama baik produk mereka. Khususnya adalah ulasan yang diberikan oleh *influencer* yang memiliki

pengikut dalam jumlah besar di media sosial, sehingga mampu memengaruhi pengikutnya di media sosial.

Negara Indonesia juga mengatur mengenai perlindungan terhadap konsumen, dalam Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen namun dalam pengaturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku saat ini masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum *virtual*/maya. Menurut pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen,” Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Akan tetapi, respons berlebihan dari pelaku usaha belakangan ini terkait ulasan yang diberikan konsumen di media sosial dapat dikatakan mencederai semangat dibentuknya UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Semangat Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah menciptakan keberimbangan antara pelaku usaha/bisnis dengan konsumen, mengingat sebelumnya posisi serta kedudukan konsumen yang begitu lemah. Akan tetapi dilain sisi konsumen juga harus menahan diri dan membatasi

perilakunya di media sosial mengingat terdapat banyaknya norma hukum dan norma sosial yang berlaku.

Dalam kegiatan jual beli tidak selamanya berjalan dengan baik, pasti ada beberapa orang yang jahat dan merugikan salah satu pihak dalam jual beli. Maka dari itu diperlukannya sebuah hukum yang dapat mengatur jalannya sebuah transaksi jual beli, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan. Permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang ,tetapi jauh lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak ,baik pengusaha ,maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pelaku usaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen, dalam memproduksi barang dan jasa yang berkualitas,aman untuk digunakan atau dikonsumsi, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang sesuai (Puteri Asyifa Octavia Apandy and others 2021).

Layanan konsumen menjadi tolak ukur perusahaan saat membangun kepercayaan dan mendorong loyalitas pelanggan. Memenuhi Harapan pelanggan merupakan strategi untuk tujuan yang lebih besar, pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian berulang setelah mendapatkan pengalaman layanan yang baik. sebagian besar orang pasti pernah mengalami pelayanan yang buruk. Padahal konsumen membeli produk tidak hanya menilai kualitas atau harganya saja, tapi juga menilai layanan pelanggan sebuah bisnis tersebut. Karena layanan pelanggan yang buruk berdampak pada ketidakpuasan konsumen dan memberikan mereka pengalaman yang buruk. Hal tersebut dapat merugikan bisnis, seperti berkurangnya loyalitas dan *customer churn* yang lebih tinggi (Ade Syarif Maulana 2016).

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang sebelumnya telah diuraikan, maka Penulis ingin mengajukan judul penelitian hukum yakni “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Memberikan Ulasan Melalui Media Sosial”

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang di atas, oleh karena itu terdapat dua rumusan permasalahan :

1. Apakah ulasan yang diberikan oleh Konsumen melalui media sosial dapat dijerat dengan pasal 45 ayat 3 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang memberikan ulasan melalui media sosial ?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan tentang bagaimana mekanisme ulasan yang diberikan konsumen melalui media sosial dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Transaksi dan Informasi Elektronik
2. Untuk mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana perlindungan hukum yang dapat dilakukan jika konsumen memberikan pengaduan melalui media sosial.

4. Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dalam penelitian antara lain manfaat teoritis dan manfaat praktis, antara lain :

1. Manfaat teoritis adalah hasil dari penelitian bermanfaat untuk mengembangkan dan menambah wawasan pemikiran, konsep dan teori dalam perlindungan konsumen.
2. Manfaat praktis adalah hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi bagi masyarakat dalam perlindungan atas ulasan yang diberikan di media sosial.

5. Metode Penelitian

Penelitian adalah wadah untuk mengembangkan pengetahuan. Metodologi dalam penelitian seharusnya menyesuaikan induknya, yakni ilmu pengetahuan itu sendiri. Peneliti dalam penelitian pada hukum juga dibutuhkan metodologi penelitian khusus hukum. Metode penelitian hukum normatif merupakan metodologi yang dipakai dalam penyusunan proposal skripsi ini. Dalam penelitian tersebut ilmu hukum melakukan refleksi terhadap norma dasar yang diberi bentuk konkret pada sebuah norma serta peraturan tertentu. Hal tersebut berarti bahwa hukum tertentu atau hukum positif menjadi tujuan dari penelitian hukum juga normatif. Definisi dari penelitian hukum normatif ialah suatu cara penelitian ilmiah yang memperoleh kebenaran berlandaskan logika ilmu hukum berasal dari aspek normatifnya merupakan pengertian dari penelitian hukum normatif (Soerjono Soekanto, 2021).

a. Jenis Penelitian

Peneliti dalam penelitiannya menggunakan Metode Penelitian Hukum Normatif yang merupakan hukum yang dipakai untuk memperoleh peraturan hukum, prinsip-prinsipnya, ataupun doktrin hukum guna

memberikan jawaban atas segala permasalahan hukum yang terjadi merupakan pengertian dari penelitian hukum normatif. Penelitian ini dilaksanakan guna mencari penyelesaian masalah dari isu hukum (*legal issue*). Dari hasil penelitian ini yakni memberi deskripsi tentang rumusan masalah diajukan. Hukum normatif yang diteliti ini hanya berfokus pada norma hukum dan tak melakukan praktek hukum secara nyata lapangan (*law in action*). Penelitian ini adalah penelitian hukum (*legal research*) sehingga perolehan hasil nantinya akan memberi sebuah preskripsi tentang apa yang sebaiknya dari kasus atau permasalahan hukum diajukan.

b. Metode Pendekatan

Untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dibahas, pendekatan-pendekatan yang di upayakan antara lain :

- Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*)
 “Dilakukan dengan menelaah undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum (*legal issue*) dalam menguraikan permasalahan yang diangkat

Perundang-undangan adalah peraturan tertulis yang memuat norma hukum yang mengikat secara umum dan dibentuk atau ditetapkan oleh lembaga negara atau pejabat yang berwenang melalui prosedur yang ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

- Pendekatan Konseptual (*Conseptual Approach*)
 “Berupaya untuk menemukan dan memahami pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkaitan dengan obyek pembahasan dalam pembangunan suatu argumentasi yang tepat untuk menjawab permasalahan yang diangkat”

Diharapkan dalam pendekatan konseptual ini dapat menjadikan sandaran untuk memperkuat argumentasi agar isu atau masalah yang dibahas dapat menjadi jelas sekaligus diikuti dengan perbaikan yang kongkrit,

c. Sumber dan Jenis Bahan Hukum

Sumber dan jenis bahan hukum dalam penelitian ini meliputi :

1. Bahasa hukum primer terdiri dari :

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- c) Undang-Undang Nomor. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- d) Undang-Undang Nomor. 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- e) Peraturan Pemerintah Nomor. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik². Bahan Hukum Sekunder, berupa literatur yang terdiri dari buku, makalah jurnal, artikel dan referensi lain yang terkait dengan perlindungan konsumen.

d. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*) “Studi pustaka ini dilakukan mempelajari dan menganalisa secara sistematis perundang-undangan, buku-buku, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas

e. Teknik Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum yang sudah lengkap nantinya akan dianalisis kemudian dikumpulkan dan disusun secara sistematis dan dianalisis dengan cara menggunakan logika deduktif yaitu menarik kesimpulan dari situasi yang umum ke khusus.

f. Pertanggungjawaban Sistematis

Hasil penelitian ini disusun menjadi karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada bagian pertanggungjawaban penelitian ini diuraikan secara rincibagian dari tiap-tiap bab serta sub bab yang dibahas serta yang memberikan uraian-uraian yang mendukung di dalam menganalisis kasus yang dipaparkan tersebut. Dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi empat bab, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan awal dari penulisan skripsi ini, mengemukakan tinjauan umum yang terdapat di dalam latar belakang. Bab ini juga mengemukakan isu permasalahan yang akan dibahas yang terletak dalam rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian yang dipergunakan, serta pertanggungjawaban penelitian yang menguraikan setiap bagian bab dalam penulisan ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri mengenai teori tentang :

1. Perlindungan Hukum
2. Media sosial

3. Konsumen dan Pelaku Usaha

BAB III : PEMBAHASAN

Menguraikan hasil penelitian dan pembahasan pokok permasalahan mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen yang memberikan ulasan melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

BAB IV : PENUTUP

Merupakan akhir kajian masalah yang dibahas, terdiri dari sub bab simpulan dan saran. Simpulan merupakan perumusan kembali secara singkat jawaban atas pokok permasalahan yang sebagaimana telah dikemukakan. Sub bab simpulan memberikan konklusi terhadap seluruh uraian dan pembahasan yang telah dibahas dalam Bab III dan sub bab saran sebagai sarana untuk alternatif pemecahan masalah dan memberikan sumbangan pemikiran bagi para penegak hukum dalam menangani kasus yang sama ditengah masyarakat.

Halaman Ini Sengaja Dikosongi

