

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang

Manusia pada era modern ini diselimuti dan disugahi dengan kemajuan dunia yang begitu pesat. Kemajuan dunia ini terjadi begitu cepat khususnya dalam hal perkembangan teknologi. Saat ini dengan adanya bantuan teknologi manusia semakin dimudahkan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Keberadaan teknologi yang paling terasa adalah dengan hadirnya internet dalam kehidupan manusia. Internet (*Interconected 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.¹

Survei yang telah dilakukan oleh Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Secara tren, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dalam sedekade terakhir. Jumlah pengguna internet di dalam negeri tercatat

¹ Daniel H Purwadi, *Belajar Sendiri Mengenal Internet Jaringan Informasi Dunia* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1995).

bertambah 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya sebanyak 70,5 juta orang. Pertumbuhan jumlah pengguna internet dalam sedekade terakhir paling tinggi yaitu pada Januari 2016 yaitu mencapai 50,16% secara tahunan. Sementara pertumbuhan paling lambat yaitu pada Januari 2022 yang hanya tumbuh 0,5% . Meski demikian, Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak penduduknya belum terkoneksi internet. *We Are Social* melaporkan, ada 63,51 juta penduduk di seluruh Tanah Air yang belum terkoneksi internet hingga awal 2023. Adapun jumlah tersebut menjadi yang terbesar kedelapan secara global. Sementara, posisi pertama ditempati oleh India dengan 730,02 juta penduduk belum terkoneksi internet.²

Kemajuan dalam hal informasi dan teknologi tersebut tidak selamanya berdampak positif bagi negara atau masyarakat karena dalam dampak positif selalu diikuti pula dampak negatifnya. Kemajuan terkadang justru menjadi sarana yang subur bagi perkembangan suatu kejahatan, dalam hal ini terkhusus kejahatan siber.

Kehadiran internet sangat membantu manusia dalam berkegiatan sehari-hari. Hal yang paling terasa adalah dengan adanya internet membidas segala macam rintangan informasi yang sebelumnya sulit di dapat menjadi begitu mudah untuk diperoleh. Selain itu dengan adanya internet setiap orang semakin mudah melakukan hubungan komunikasi dengan orang lain, bahkan itu dibatasi jarak yang begitu jauh. Bukan hanya itu saja, saat

² Cindy Mutia Annur, "Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023," *Databoks*, September 20, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023#:~:text=Menurut laporan We Are Social,juta orang per Januari 2023.>

ini setiap orang bisa melakukan aktivitas jual-beli atau kegiatan bisnis lainnya melalui internet. Keberadaan internet sebagai “*network of the networks*” diseluruh belahan dunia, sebagai salah satu sarana komunikasi secara global yang berbasis kebebasan berinformasi (*Freedom of information*) dan juga kebebasan berkomunikasi (*free flow of communication*).³

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.⁴ 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

³ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).

⁴ Daniel H Purwadi, *Belajar Sendiri Mengenal Internet Jaringan Informasi Dunia*.

terus marak terjadi dilakukan oleh masyarakat di seluruh dunia khususnya Indonesia karena adanya dorongan untuk saling berbagi informasi. Akan tetapi kegiatan mengulas 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 menganggap 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 social itu sendiri.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Tahun 2008 Nomor 58) yang untuk selanjutnya disebut UU ITE muncul di masanya dengan mendeklarasikan dirinya sebagai rezim hukum baru. Undang-Undang ini digadang-gadang dapat menjadi penanggulang permasalahan yang timbul dari informasi dan transaksi elektronik, termasuk salah satunya informasi elektronik yang mengandung konten yang mencemarkan nama baik orang lain. Sebelum lahirnya UU ITE, aturan hukum tentang pencemaran nama baik diatur dalam Bab II, VIII, dan XVI Buku Kedua KUHP.⁵ Di tahun 2016, UU ITE diamandemen dengan menambahkan norma dan penjelasan tentang tindak pidana pencemaran nama baik di dalam Undang-undang No. 19 Tahun 2016

⁵ *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Indonesia, 2008).

Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251), yang selanjutnya disebut sebagai Amandemen UU ITE.⁶

Secara normatif, dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut dengan UU ITE, sebagai aturan baru yang berlaku dan semua penduduk dianggap telah mengetahui. Sebagai sebuah produk hukum dari kekuasaan Negara Indonesia. Undang-Undang tersebut mempunyai fungsi sebagai alat kontrol negara terhadap sistem informasi dan transaksi elektronik yang bebas. Proses dalam menjalankan fungsinya tersebut akan terus berlangsung secara bertahap sesuai dengan kebutuhan dalam realitanya.

Walaupun kegiatan mengulas dapat memberikan dampak keuntungan, namun dilain sisi dapat saja dilihat berbeda oleh pelaku usaha yang mungkin merasa dirugikan akibat adanya review atas produk baik barang atau jasa yang mereka perdagangkan, namun yang menjadi pertanyaan terbesar adalah bagaimanakah pandangan hukumnya bagi konsumen yang berkomentar negative atas suatu produk.

⁶ Ibid.

Terdapat beberapa jenis kegiatan mengulas produk baik barang maupun jasa yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha di media sosial. Terdapat ulasan langsung yang diberikan melalui metode ulasan yang terdapat di setiap market place berbentuk *user generated content*, melakukan penulisan ulasan di status aplikasi seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Twitter, membuat ulasan dalam bentuk video di beberapa platform media sosial.

Saat ini juga terdapat beberapa oknum konsumen yang melakukan ulasan produk di channel Youtube atau Tiktok yang mereka miliki dan melakukan review negative atas barang atau jasa, contohnya salah satu kasus yang sedang hangat diperbincangkan pada Juli 2019 lalu antara seorang influencer youtube dengan Serikat Karyawan Garuda Indonesia (Sekarga). Influencer youtube Rius Vernandes dilaporkan atas dugaan pencemaran nama baik oleh Serikat Karyawan Garuda Indonesia (Sekarga) pada Juli 2019 lalu ke Polres Bandara Soekarno Hatta. Hal tersebut dilakukan karena Rius Vernandes mengunggah postingan menu makanan business class maskapai Garuda Indonesia rute Sydney-Denpasar yang ditulis tangan diatas kertas ke media sosial instagram miliknya. Pada akhirnya kasus ini berakhir dengan cara kekeluargaan dan pihak Serikat Karyawan Garuda (Sekarga) memutuskan untuk mencabut aduan.⁷

⁷ Jimmy Ramadhan Azhari and Sabrina Asril, "Kronologi Youtuber Rius Vernandes Dilaporkan Garuda Indonesia Hingga Berakhir Damai," *Kompas.Com* (Jakarta, July 19, 2019), <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/07/19/20094841/kronologi-youtuber-rius-vernandes-dilaporkan-garuda-indonesia-hingga?page=all>.

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 golongan atau oknum yang memiliki pengikut dalam jumlah besar di media sosial, sehingga mampu memengaruhi pengikutnya di media sosial.⁸

Akan tetapi, respons berlebihan dari pelaku usaha belakangan ini terkait ulasan yang diberikan konsumen di media sosial dapat dikatakan mencederai semangat dibentuknya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK.⁹ Menurut Pasal 4 huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Bahkan dari sisi pelaku usaha, Pasal 7 huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.

⁸ N.T Hariyanti and Wirapraja. A, “Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern,” *Jurnal Eksekutif* 15 (2018): 141.

⁹ *Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* (Indonesia, 1999).

Fokus penelitian ini adalah komentar negatif konsumen terhadap barang atau jasa ke media sosial termasuk pada katagori pencemaran nama baik pada ketentuan dalam UU ITE dan perubahannya. Pencemaran nama baik di media sosial ini diatur khusus dalam Pasal 27A Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi Dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut dengan UU ITE sebagai berikut “Setiap 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”. Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul ”Kontradiksi Pengaturan Konsumen yang Berkomentar Negatif dalam Perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang undang Perlindungan Konsumen”.

II. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian ringkasan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yakni Apakah konsumen yang berkomentar negatif tentang produk tertentu di media sosial dapat diterapkan Pasal 27A Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024?

III. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan dalam penulisan hukum ini, yaitu untuk mengetahui pengaturan Konsumen

yang berkomentar negatif dalam perspektif Undang-undang Informasi Dan Transaksi elektronik dan Undang-undang Perlindungan Konsumen.

IV. Kegunaan Penelitian

Dari tujuan penulisan di atas, maka diharapkan penulisan dan pembahasan pada penelitian ini dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis bagi penulis maupun pembaca, yaitu:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi sebagai bahan kajian lanjutan. Selain itu, juga diharapkan dapat menambah pengetahuan, informasi, maupun pemahaman mengenai tinjauan yuridis konsumen yang berkomentar negatif dalam perspektif Undang-undang Informasi dan Transaksi elektronik sehingga dapat mewujudkan kepastian kejelasan hukum bagi masyarakat.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi patokan serta pedoman dalam mengetahui apakah konsumen yang berkomentar negatif dalam perspektif Undang-undang Informasi dan Transaksi elektronik serta dapat dikategorikan sebagai bukti fakta persidangan dalam suatu perkara pidana.

V. Keaslian

Terdapat penelitian terdahulu yang memiliki tema yang sama, namun memiliki fokus pembahasan yang berbeda, dan tentu saja penelitian yang sedang ditulis saat ini memiliki fokus pembahasan yang berbeda dari penelitian terdahulu, serta penelitian yang dilakukan saat ini bukan

pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Hal tersebut dapat ditelaah dari judul-judul maupun isu pembahasan dari penelitian sebelumnya yang disajikan dalam bentuk tabel, sehingga agar lebih memudahkan untuk mengetahui perbedaannya, serta dapat memperlihatkan keaslian dari penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya, yakni sebagai berikut:

Tabel 1
Keaslian penelitian

No	Penelitian Terdahulu	Judul Penelitian	Fokus Pembahasan	Perbedaan
1.	Fadillah Fajar	Persepsi Followers terhadap Komentar Negatif di Media Sosial Instagram Atta Halilintar ¹⁰	Untuk mengetahui bagaimana persepsi followers terhadap komentar negatif di media sosial Instagram Atta Halilintar.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kognitif, karena teori ini memfokuskan pada pengalaman dan pengetahuan seseorang
2.	Eti Fitriani	Tinjauan Yuridis Normatif Terhadap Transaksi Elektronik Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008	Permasalahan pertama adalah bagaimanakah pengaturan yuridis normatif terhadap transaksi elektronik berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE. Permasalahan kedua mengenai keabsahan transaksi elektronik	Dalam hal ini mengkasi tentang Tinjauan Yuridis Konsumen Yang Berkomentar Negatif dalam Perspektif Undang-

¹⁰ Fadillah Fajar, “Persepsi Followers Terhadap Komentar Negatif Di Media Sosial Instagram Atta Halilintar” (Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2023).

		Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik ¹¹	berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE, dan kemudian permasalahan yang ketiga bagaimanakah penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh konsumen apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi dalam transaksi elektronik.	undang Informasi & Transaksi elektronik
--	--	--	---	---

Sumber : Fadillah Fajar, Skripsi “Persepsi Followers Terhadap Komentar Negatif Di Media Sosial Instagram Atta Halilintar” Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2023.

Eti Fitiriani, Skripsi Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syari’ah Dan Ilmu Hukum universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2011

VI. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penyusunan penelitian hukum ini adalah penelitian hukum normatif yang didukung oleh bahan-bahan kepustakaan yang sesuai dengan masalah yang diteliti dan penelitian. Pada penelitian hukum normatif akan menginterpretasi secara preskriptif tentang hukum sebagai sistem yang ideal, hukum sebagai sistem konseptual, dan hukum sebagai sistem hukum positif.¹²

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian hukum doktrinal ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) pendekatan ini dilakukan dengan menelaah

¹¹ Eti Fitiriani, “Tinjauan Yuridis Normatif Terhadap Transaksi Elektronik Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2011).

¹² N Qamar et al., *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)* (Makassar: CV Social Politic Genius (SIGn), 2017).

semua peraturan perundang undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang di teliti atau di tangani,¹³ serta juga menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang merupakan jenis pendekatan dalam penelitian hukum yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatar belakanginya, atau bahkan dapat dilihat dari nilai-nilai yang terkandung dalam penormaann sebuah peraturan yang berkaitan dengan konsep-konsep yang digunakan. hal ini di lakukan saat merujuk pada aturan yang ada¹⁴

c. Sumber Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan sumber-sumber bahan hukum yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

1. Bahan Hukum Primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
 - a. Pasal 4 huruf d Undang-undang Perlindungan Konsumen
 - b. Pasal 27A ayat (3) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik
 - c. Kitab Undang-undang Hukum Pidana;
 - d. UU 1/2024 merupakan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

¹³ Jonaedi Efendi and Prasetyo RIjadi, *METODE PENELITIAN HUKUM Normatif Dan Empiris*, 2nd ed. (Jakarta: Prenamedia Group, 2016).

¹⁴ Ibid.

2. Bahan Hukum Sekunder merupakan bahan hukum yang bersifat membantu atau menunjang bahan hukum primer yang akan memperkuat penjelasan didalamnya. Bahan hukum sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan kontradiksi pengaturan hukum yang meliputi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
3. Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk terhadap bahan hukum premier dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini berupa kamus hukum, kamus bahasa Indonesia, kamus bahasa inggris, serta beberapa artikel yang ada di internet.

d. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 (tiga) cara. Adapun cara yang pertama yakni dengan menggunakan studi kepustakaan (*library research*) yakni mengkaji informasi tertulis terkait dengan isu hukum yang di dapat dari beberapa sumber dan di publikasikan secara luas seperti peraturan perundang undangan, buku, dan jurnal.¹⁵ Cara yang kedua yakni dengan studi dokumen (*document research*) yakni pengumpulan dan pengkajian informasi tertulis atau dokumen tertulis mengenai isu hukum yang di angkat kemudian di inventarisasi dan diklasifikasikan sesuai dengan rumusan masalah, sedangkan cara yang ke

¹⁵ Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).

tiga yakni dengan menginventarisasi penelitian bahan hukum secara online (*online research*).

e. Analisis Bahan Hukum

Dalam penelitian ini, setelah bahan-bahan hukum terkumpul, maka bahan-bahan hukum tersebut kemudian dianalisis untuk mendapatkan konklusi terkait dengan isu hukum yang sedang diteliti.¹⁶ Penelitian ini penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yakni penelitian yang memaparkan data-data dan fakta-fakta hukum berkenaan dengan masalah yang diteliti yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam. Selain itu penelitian ini juga menggunakan pengambilan kesimpulan deduktif , yakni menjelaskan kesimpulan yang sifatnya umum kemudian ditarik pada kesimpulan yang khusus.

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Prenamedia Group, 2016).