

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era ekonomi digital, mengakibatkan kegiatan transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen semakin mudah dan cepat dilakukan, dimana dengan menggunakan media sosial, konsumen¹² juga dapat menyalurkan pendapat, kritik dan saran mereka terhadap produk, barang ataupun jasa yang dikonsumsinya kepada pelaku usaha dalam berbagai cara dan bentuk. Salah satunya ialah berupa *me Review* (meninjau) produk barang ataupun jasa yang dituangkan melalui foto maupun video dari konsumen yang membeli ataupun menggunakan jasa. Namun, kegiatan *Review* ini menuai pro dan kontra di masyarakat, dikarenakan beberapa pelaku usaha menganggap kegiatan *Review*³ ini justru menodai citra dan reputasi perusahaan. Tujuan dilakukannya studi ini adalah untuk menganalisis bahwa kegiatan *Review* merupakan salah satu media penyampaian pendapat dan keluhan konsumen begitu juga tentang pembatasan dalam memberikan *Review* atas suatu produk barang ataupun jasa yang baik di media sosial serta perlindungan hukum yang bisa diberikan kepada konsumen yang melakukan *Review* produk barang ataupun jasa di media sosial.

Sebagaimana telah kita ketahui bahwa saat ini perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat sangat berpengaruh bagi kehidupan setiap lapisan

¹ Menurut pasal 1 ayat 2 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

² <https://id.wikipedia.org/w/index.php?search=konsumen%5C&title=Istimewa%3APencarian&go=Lanjut&ns0=1> (diakses tanggal 28 juli 2021 pukul 14:54)

³ <https://hot.liputan6.com/read/4471261/review-adalah-ringkasan-berdasarkan-analisis-dan-fakta-pahami-cara-memulainya> (diakses tanggal 28 juli 2021 pukul 14:57)

masyarakat. Teknologi tersebut melahirkan suatu media baru yang terbagi menjadi tiga domain yaitu internet, intranet, dan realitas virtual.⁴ Dengan penggunaan internet dan media sosial sebagai media perdagangan membawa dunia perekonomian pun memasuki suatu babak baru yakni disebut dengan era *digital economics* yang dimana setiap aspek dan kegiatannya dilakukan dengan virtual ataupun dengan Media Sosial. Penggunaan media sosial itu sendiri menawarkan sejumlah keuntungan diantaranya fleksibel, efektif dan efisien.⁵ Dengan keuntungan tersebut justru membuka celah kepada pelaku usaha untuk melakukan promosi dan pemasaran suatu produk barang ataupun jasa jadi lebih mudah. Media sosial sebagai suatu media interaksi sosial, memungkinkan bagi penggunanya, oleh karena keahlian, pengalaman, informasi, dan pengetahuan yang dimiliki dapat membuktikan keunggulan dan kelemahan dari suatu produk barang ataupun jasa, yang dikenal juga dengan *expertise*.⁶ Dengan adanya keahlian tersebut, konsumen dapat membagikan informasi dengan konsumen lain ataupun calon konsumen⁷ yang sedang mencari tahu dan ingin mengetahui keunggulan kelemahan dari suatu produk barang ataupun jasa, yang merupakan sesama pengguna media sosial.

⁴Nurlatifah, M. (2016). *Ancaman Kebebasan Berekspresi Di Media Sosial*. Fakultas Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Gadjah Mada

⁵Ivysta, R.R. (2019). *Pengaruh Video Testimonial oleh YouTuber Indonesia Terhadap Citra Merek Handphone Vivo*. Available from http://repository.unair.ac.id/77741/3/JURNAL_Fis.K.83%2018%20Alv%20p.pdf (Diakses tanggal 18 April 2021 pukul 14:55 WIB)

⁶Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). *Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 58(1), hlm.4

⁷ Menurut website kaskus.co.id maksud dari calon konsumen adalah mereka yang belum menjadi konsumen (pembeli/pengguna jasa) namun dinilai berpotensi untuk segera jadi konsumen untuk dalam waktu dekat atau waktu kedepannya. <https://www.kaskus.co.id/thread/5a60399a2e04c87e6d8b4571/5-ciri-calon-konsumen-yang-potensial-jangan-sampai-kehilangan/>. (Diakses tanggal 13 Mei 2021 pukul 01:47 WIB).

Pada saat menggunakan media sosial, konsumen memiliki peran yang beragam, ada yang berperan sebagai *user*⁸, *buyer*⁹, *payer*¹⁰, *influencer*¹¹, ataupun *initiator*.¹² Istilah *influencer* dalam penelitian ini merujuk pada suatu pihak maupun kelompok, yang merupakan pengguna media sosial dan memiliki akun Media Sosial yang dianggap penting dalam suatu platform media sosial tertentu serta memiliki pengaruh bagi masyarakat, umumnya *influencer* memiliki pengikut dalam jumlah yang banyak.

Influencer dalam aspek kegiataannya merupakan pihak yang biasanya menjadi inspirasi bagi para pengikutnya dalam jejaring Media Sosial yang dilakukan dengan cara melakukan *Review* terkait barang atau jasa, berupa foto maupun video yang mampu mempengaruhi atau menginspirasi pengikutnya di media sosial.¹³ Peran inilah yang membuat timbulnya suatu tren di masyarakat yakni melakukan “*Review*” atas suatu produk. Dalam hal ini pada dasarnya

⁸ Menurut website Brainly.co.id pengertian User, yaitu individu yang mempergunakan produk atau jasa yang dibeli. <https://brainly.co.id/tugas/22146770> (Diakses tanggal 13 Mei 2021 pukul 01:49 WIB).

⁹ Menurut website Brainly.co.id pengertian Buyer, adalah individu yang melakukan transaksi pembelian sesungguhnya <https://brainly.co.id/tugas/22146770> (Diakses tanggal 13 Mei 2021 pukul 01:49 WIB).

¹⁰ Menurut jurnal Jurnal Moneter Vol. V No. 1 April 2018, Payer merupakan orang yang mendanai atau membiayai pembelian <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter/article/download/2985/2167#:~:text=Kedua%2C%20Peranan%20konsumen%20terdiri%20atas,dalam%20pengadaan%20produk%20dari%20pasar> (Diakses tanggal 13 Mei 2021 pukul 01:58 WIB).

¹¹ Menurut Hariyanti & Wirapraja, influencer adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya (Hariyanti & Wirapraja, 2018: 141).

¹² Menurut website Brainly.co.id Initiator adalah individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu. <https://brainly.co.id/tugas/22146770#:~:text=5%2C%20antara%20lain%3A-.Initiator%2C%20adalah%20individu%20yang%20mempunyai%20inisiatif%20pembelian%20barang%20tertentu%3B,yang%20berpengaruh%20terhadap%20keputusan%20pembelian>. (Diakses tanggal 13 Mei 2021 pukul 02:06 WIB).

¹³ Hariyanti, N. T., & Wirapraja.A.(2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern*. Jurnal Eksekutif Institut Infomatika Indonesia Surabaya, 15(1), hlm.141

influencer bisa disebut bukan melakukan *Review* melainkan melakukan testimoni. Dimana testimoni¹⁴ bertujuan untuk menunjukkan hal-hal positif dari suatu barang dan berisi cerita mendetail mengenai pengalaman menggunakan suatu brand¹⁵. Sementara *Review* adalah kegiatan yang memberikan gambaran singkat mengenai produk maupun jasa yang cenderung lebih bebas sehingga dapat menampilkan sisi baik dan buruk dari suatu produk yang diriview dan secara langsung hal berpengaruh terhadap eksistensi *brand* yang di-review.

Saat ini kegiatan *Review* menjadi Tren dan banyak digemari oleh berbagai lapisan masyarakat. Salah satu faktornya ialah rasa ingin tahu masyarakat akan informasi dari produk ataupun jasa yang beredar dipasaran, dan juga faktor lainnya yaitu keuntungan yang bisa didapatkan oleh *Content creator*¹⁶ dari adsense setelah membuat konten *Review*. Namun kegiatan ini tidak selalu mendapatkan respon yang baik, Tren *Review* Produk ini juga, menuai pro dan kontra antara pelaku usaha dengan konsumen. Pada satu sisi pelaku usaha akan diuntungkan dari promosi secara tidak langsung dari *Review* produk barang ataupun jasa yang dilakukan oleh konsumen, seperti *Review* produk sepatu yang dilakukan oleh dr.Tirta pada channel YouTubanya yang bernama Tirta PengPengPeng¹⁷, ataupun *Review* berbagai produk khusus membahas gadget-gadget yang dilakukan oleh

¹⁴ Menurut Andrew Gariffith (2014), testimonial adalah cara untuk membangun kredibilitas, informasi yang dipublikasikan di media harus memihak kepada orang banyak dibandingkan dengan kepentingan pribadi (diakses tanggal 28 juli 2021 pukul 15:31)

¹⁵ Menurut Kotler (2012), brand atau merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing.

¹⁶ Menurut Sayugi (2018), *Content creator* adalah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital, seperti YouTube, Instagram, Blogger, dan berbagai platform media sosial lainnya.

¹⁷ Link YouTube Tirta PengPengPeng
(https://www.YouTube.com/channel/UCamwEBao0i0J1_Nqf3beqgA)

David Brendi di channel YouTubanya yang bernama GadgetIn.¹⁸ Dapat kita lihat dari konten video *Review* produk yang dilakukan oleh dr.Tirta, David Brendi, ataupun yotuber lainnya yang membuat *content review*, banyak *brand* yang diuntungkan secara tidak langsung karena produk mereka di *Review* secara cuma-cuma tanpa melakukan kontrak iklan ataupun biaya *Endorser*¹⁹ kepada si *content creator*.

Namun pada faktanya ada banyak pelaku usaha yang menganggap hal ini akan merusak citra dari perusahaan dan kerap kali berujung pada aduan atau laporan atas dugaan pencemaran nama baik, Sebagaimana kasus yang sedang hangat diperbincangkan pada Juli 2019 lalu antara seorang influencer YouTube dengan Serikat Karyawan Garuda Indonesia (Sekarang). 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.²⁰

Sebagaimana juga kasus yang sedang hangat diperbincangkan pada Desember 2020 lalu antara seorang YouTuber bernama Dian widiyarnoko dengan PT.Eigerindo Multi Produk Industri. Dimana Channel YouTuber Dian

¹⁸ Link YouTube Gadgetin (<https://www.YouTube.com/c/GadgetIn/featured>)

¹⁹ Menurut Keller (2015), *Endorser* adalah Orang-orang yang sering melakukan *Endorsement*.

²⁰ <https://www.liputan6.com/news/read/4015321/4-hal-kasus-rius-vernandes-yang-dipanggil-karena-menu-garuda-viral> (Diakses pada tanggal 14 mei 2021).

widiyarnoko dengan nama Duniadian,²¹ dikirim surat keberatan atas konten video YouTube-nya pada 23 Desember 2019 yang me-*review* produk kacamata eiger.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut kasus terkait dengan judul: **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas *Review* Produk Oleh Konsumen Dalam Platform YouTube”**

B. Rumusan Masalah

Dalam hal ini penulis menguraikan permasalahan diatas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perlindungan konsumen bagi konsumen yang melakukan *review* produk barang/jasa dalam platform YouTube ?
2. Bagaimana batasan konsumen dalam melakukan *review* produk/jasa dalam *platform* YouTube ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada kesempatan ini dibatasi hanya pada hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen atas *review* produk oleh konsumen dalam platform YouTube.
2. Untuk mengetahui batasan-batasan dalam memberikan informasi atas suatu barang dan jasa yang digunakan di dalam platform YouTube.

²¹ Link YouTube Duniadian <https://www.YouTube.com/watch?v=pypfhi-NqjI>

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan mempunyai hasil yang bermanfaat. Adapun manfaat yang ingin didapat dalam penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku perkuliahan dan menghubungkannya dengan praktik dilapangan.
- b. Melatih kemampuan untuk melakukan penelitian secara ilmiah dan merumuskan hasil-hasil penelitian tersebut kedalam bentuk tulisan.
- c. Untuk memperoleh manfaat ilmu pengetahuan dibidang hukum pada umumnya, atau pun dibidang hukum bisnis pada khususnya dalam hal ini yakni mengenai Perlindungan Hukum Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah masukan bagi perkembangan hukum tentang perlindungan hukum, antara lain:

- a. Dapat memberikan wawasan dan pemahaman kepada konsumen dalam melakukan kegiatan *review* produk khususnya dalam platform YouTube.
- b. Dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam menanggapi apresiasi dari konsumen khususnya yang melakukan *review* produk dalam platform YouTube.

3. Manfaat Bagi Penulis

- a. Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang diterima selama dibangku perkuliahan.

- b. Memperoleh pengalaman dalam menganalisis suatu kasus dan mengkaitkannya dengan aturan terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Konsumen

1. Pengertian dan Dasar Hukum Tentang Konsumen

Dalam Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), menyatakan mengenai pengertian konsumen yaitu bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Pengguna tingkat akhir)²². Pada hakekatnya Konsumen membeli atau menggunakan suatu produk barang dan/jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang mana pada dasarnya terbagi menjadi tiga bagian yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Sementara pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 Undang-undang No.8 tahun 1999 adalah adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

²² Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Bagaimanapun ragamnya rumusan hak-hak konsumen yang telah dikemukakan namun secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:²³

- a) Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian , baik kerugian personal , maupun kerugian harta kekayaan ;
- b) Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar;
- c) Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi .

Namun sesuai dengan Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak-hak Konsumen adalah :²⁴

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

²³ Ahmadi Miru. 2000. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia* .Disertasi.Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, him. 140

²⁴ Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Maka sebagai konsumen memiliki berbagai hak dalam tindakan pembelian barang serta adanya berbagai perlindungan hukum terhadap konsumen. Sesuai dengan Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, Kewajiban Konsumen adalah :²⁵

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

²⁵ Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha berdasarkan Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah :²⁶

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari konsumen yang tidak bertikad baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan-peraturan perundang-undangan lainnya.

Batasan hak dan kewajiban pelaku usaha jelaslah mencerminkan bahwa UUPK tidak hanya berusaha memberikan perlindungan kepada konsumen tetapi juga memberikan perlindungan kepada pelaku usaha yang jujur dan bertikad baik sehingga mampu bersaing dengan sehat. Namun demikian usaha perlindungan melalui UUPK tentu saja lebih ditujukan kepada konsumen, karena kedudukan konsumen sendiri secara ekonomis memang lebih lemah dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha.

²⁶ Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah .²⁷

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) 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;
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau 6 Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

²⁷ Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan penganturan di atas, maka tampak bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Bila dibandingkan dengan ketentuan umum di Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, tampak bahwa pengaturan Undang undang Perlindungan Konsumen lebih spesifik. Karena di Undang undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik, ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha

4. Penyelesain Sengketa Konsumen

Bersengketa dengan pihak lain bukanlah keadaan yang menguntungkan. Banyak yang harus dikorbankan termasuk waktu dan uang. Penyelesaian yang ditawarkan diatur dalam UU No 30 Tahun 1999 pasal 1 ayat 10. Dalam Undang-Undang mengenai Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa mengindikasikan bahwa sengketa bisa saja diselesaikan melalui jalur peradilan atau jalur peradilan alternatif (litigasi atau non litigasi). Alternatif ini banyak diberikan terutama pada sengketa yang masuk ke dalam kasus perdata.

Seperti yang diketahui proses litigasi berarti membawa permasalahan sengketa ke jalur hukum sedangkan proses non litigasi penyelesaiannya berdasarkan itikad baik yang dimiliki para pihak yang bersengketa.

penyelesaian sengketa di luar jalur pengadilan sesuai kesepakatan bersama dan tertulis dalam sebuah perjanjian inilah yang disebut juga sebagai arbitrase.

1) Penyelesaian Sengketa di Pengadilan (*litigasi*)

Setiap konsumen yang dirugikan atau terlibat dalam suatu sengketa dapat menyelesaikan sengketanya melalui peradilan umum. Penyelesaian sengketa terhadap konsumen melalui pengadilan merujuk ketentuan yang berlaku tentang peradilan umum dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 UUPK, yaitu:

- a) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- b) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- c) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- d) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Konsumen yang dirugikan haknya, tidak hanya diwakilkan oleh jaksa dalam penuntutan peradilan umum untuk kasus pidana, tetapi konsumen dapat juga menggugat pihak lain di lingkungan Peradilan Tata Usaha Negara jika terdapat sengketa administrasi di dalamnya.²⁸ Cara ini dapat ditempuh apabila.

2) Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan (*non litigasi*)

Setiap Penyelesaian di luar jalur pengadilan dapat dilakukan dengan memanfaatkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana sesuai dengan yang tertera pada Pasal 49 sampai dengan Pasal 58 Undang- Undang Perlindungan Konsumen. Bagi konsumen yang merasa hak-haknya telah dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen ke sekretariat BPSK.²⁹ Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang dibentuk untuk menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.³⁰

BPSK merupakan pengadilan khusus konsumen (*small claim court*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses beperkara berjalan cepat, sederhana, dan murah. Dengan demikian, BPSK hanya menerima perkara yang nilai kerugiannya kecil dan pemeriksaan dilakukan oleh hakim tunggal dan kehadiran penuh

²⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011, hlm.176.

²⁹ Ni Komang Ayuk T. B. Apsari, *Perlindungan Hukum Dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Belanja Online Di Luar Pengadilan*, Kertha Semaya, Vol. 02, No. 02, Februari 2014, hlm. 12.

³⁰ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008, hlm.23

pihak ketiga (pengacara) sebagai wakil pihak yang bersengketa tidak diperkenankan. Putusan dari BPSK tidak dapat dibanding kecuali bertentangan dengan hukum yang berlaku.³¹

Ada tiga tata cara penyelesaian sengketa konsumen (PSK) berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, antara lain:³²

a) Konsiliasi

Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak. Penyelesaian secara konsiliasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh majelis yang bertindak sebagai konsiliator.

b) Mediasi

Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantara BPSK sebagai penasehat dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak. Penyelesaian secara mediasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh majelis yang bertindak aktif sebagai

³¹ Marianus Gaharpung, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Korban Atas Tindakan Pelaku Usaha*, Jurnal Yustika, Vol. III, No. 1, Juli 2000, hlm. 43.

³² Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

mediator.

c) Arbitrase

Arbitrase adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dalam hal ini para pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya penyelesaian kepada BPSK. Penyelesaian secara arbitrase dilakukan sepenuhnya dan diputuskan oleh majelis yang bertindak sebagai arbiter.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen apabila terjadi wanprestasi jika dikaitkan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dapat dilakukan melalui pengadilan atau non pengadilan (BPSK). Jadi, sesuai dengan kesepakatan para pihak untuk memilih melalui proses bagaimana dalam menyelesaikan sengketa atau permasalahannya.

B. Tinjauan Umum Tentang Platform YouTube

1. Pengertian Platform YouTube dan YouTuber

Pengertian platform mengacu pada kombinasi antara suatu program perangkat keras dan perangkat lunak. Termasuk di dalamnya adalah [aplikasi](#). Karena kombinasi inilah suatu software bisa berjalan atau dioperasikan. Secara ringkas, arti dari istilah ini adalah suatu wadah atau media di mana software dapat dijalankan.

YouTube pertama kali muncul di Internet pada tahun 2005. Kini YouTube merupakan platform berbagi video terbesar dan termasuk salah satu situs yang paling banyak dikunjungi dalam sejarah internet. YouTube saat ini

menjadi platform berbagi video paling terkemuka. Tidak sedikit konten kreator yang menjadikan YouTube sebagai sumber penghasilan mereka. Sementara defenisi YouTuber sendiri adalah orang yang sengaja membuat konten video di YouTube demi menarik penonton (*Viewers*).

2. Hak dan Kewajiban YouTuber

Dalam Studi kasus yang dibahas dalam judul ini YouTuber berperan sebagai seorang konsumen yang dimana haknya adalah hak seorang konsumen sesuai dengan yang tertuang dalam UUPK.

Namun berdasarkan sudut pandang aturan YouTube seorang YouTuber haruslah mematuhi segala ketentuan dan aturan komunitas YouTube “Perlu diingat bahwa sebagai kreator YouTube, Anda harus tetap bertanggung jawab baik di dalam maupun di luar platform. Jika kami mendapati bahwa perilaku kreator di dalam dan/atau di luar platform merugikan pengguna, komunitas, karyawan, atau ekosistem kami, kami dapat mengambil tindakan untuk melindungi komunitas.

Di luar konten yang Anda upload ke YouTube, berikut beberapa contoh perilaku di dalam dan/atau di luar platform yang mungkin kami anggap tidak pantas dan dapat menyebabkan hukuman:

1. Bermaksud menimbulkan kerugian yang berbahaya bagi orang lain.
2. Terlibat dalam tindakan pelecehan atau kekerasan, menunjukkan kekejaman, atau terlibat dalam perilaku penipuan yang menyebabkan kerugian di dunia nyata.

Meskipun jarang terjadi, perilaku ini dapat menyebabkan kerugian yang luas bagi komunitas YouTube, dan berpotensi merusak kepercayaan di antara para kreator, pengguna, dan pengiklan.³³

Jadi secara garis besar kewajiban sebagai seorang YouTuber dalam membuat konten adalah konten tersebut haruslah sesuai dengan aturan pedoman komunitas YouTube dan persyaratan layanan YouTube. Barulah kemudian konten video yang dipublikasikan dalam platform YouTube akan ditinjau apakah pantas untuk dimonetisasi atau tidak. Jadi dapat dikatakan bahwa monetisasi sendiri adalah keuntungan yang didapatkan sebagai seorang YouTuber karena telah sah menjadi partner platform YouTube, yang dimana creator dibayar dari iklan yang ditampilkan oleh pihak platform YouTube terhadap creator.

3. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan YouTuber

Sebagaimana pada dasarnya hubungan antara pelaku usaha dengan YouTuber pada awalnya adalah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Namun jika berpedoman pada defenisi konsumen menurut UU No. 8 tahun 1999 (UUPK), bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Pengguna tingkat akhir).

Maka bila melihat tujuan utama dari YouTuber sebagai konten creator yang mana tujuannya dalam membuat konten adalah untuk memberikan

³³ <https://support.google.com/YouTube/answer/7650329?hl=id> (Diakses pada tanggal 04 april 2021 18:00 WIB)

informasi yang sebenarnya kepada penonton atau subscribarnya atas kaca mata eiger yang digunakan untuk bersepeda, hal ini masih sejalan dengan pasal 4 ayat (3) dan (4) UU no 8 tahun 1999 yang mana konsumen berhak mendapat informasi yang sebenarnya atas barang/jasa yang diperjual belikan. Namun bila melihat viralnya video dan adanya iklan adsense maka si YouTuber disini mendapat keuntungan dari konten video *review* yang dibuat.

C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum dalam berbagai upaya hukum yang pada hakekatnya untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik terhadap berbagai ancaman dari pihak manapun.³⁴

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan perlindungan hukum adalah tempat berlindung, perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi. Pemaknaan kata perlindungan secara kebahasaan tersebut memiliki kemiripan unsur-unsur, yaitu unsur tindakan melindungi, unsur cara-cara melindungi. Dengan demikian, kata melindungi dari pihak-pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu.³⁵

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum

³⁴ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989, hlm. 102.

³⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Edisi Kedua, Cet. 1, (Jakarta: Balai Pustaka), hlm. 595.

berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.³⁶

Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.³⁷

Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.³⁸

Pada Intinya Suatu perlindungan dapat dikatakan sebagai perlindungan hukum apabila mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Adanya pengayoman dari pemerintah terhadap warganya
- b. Jaminan kepastian hukum
- c. Berkaitan dengan hak-hak warga negara
- d. Adanya sanksi hukuman.³⁹

Menurut Soedjono Dirdjosisworo bahwa pengertian hukum dapat dilihat dari delapan arti: hukum dalam arti penguasa, hukum dalam arti para petugas, hukum dalam arti tindakan, hukum dalam arti sistem kaidah, hukum dalam arti jalinan nilai, hukum dalam arti tata hukum, hukum

³⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 25

³⁷ Muchsin. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, Disertasi S2 Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2003, hlm. 14

³⁸ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 54.

³⁹ <http://repository.uin-suska.ac.id/7119/3/BAB%20II.html>, (Diakses Pada Tanggal 23 mei pukul 21.06 WIB)

dalam arti ilmu hukum, dan hukum dalam arti disiplin hukum. Dari berbagai arti hukum yang telah dikemukakan bahwa hukum tidak semata-mata peraturan perundang-undangan tertulis dan aparat penegak hukum seperti yang selama ini dipahami masyarakat umum yang tidak tahu tentang hukum. Tetapi hukum juga meliputi hal-hal yang sebenarnya sudah hidup dalam pergaulan masyarakat.⁴⁰

Menurut Philipus M. Hadjon, sarana perlindungan Hukum ada dua macam, yaitu:⁴¹

1. Perlindungan Hukum Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum atau rakyat diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Dalam perlindungan hukum preventif terkandung arti yang sangat besar bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Tetapi, di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.

⁴⁰ Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.25

⁴¹ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, Sebuah Studi Tentang Prinsip-Prinsip Penanganannya Oleh Pengadilan Dalam Lingkungan Peradilan Umum Dan Pembentukan Peradilan Administrasi*, Surabaya: Peradaban, 2007, hlm. 205.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum yang represif memiliki tujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah batasan masalah yang diangkat dan jumlah subjek yang diteliti serta materi yang akan dibahas dan variabel-variabel yang akan diteliti⁴². Ruang lingkup penelitian bertujuan untuk membatasi dan memperjelas masalah yang akan dibahas dalam skripsi agar tidak keliru dan tidak menyimpang sehingga penulisan skripsi berlangsung secara sistematis dan terarah.⁴³

Adapun ruang lingkup penelitian dalam penulisan ini adalah Untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen bagi konsumen yang melakukan *review* produk barang/jasa di platform YouTube dan mengetahui Bagaimana batasan konsumen dalam melakukan *review* produk/jasa di *platform* YouTube

B. Metode Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika atau pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari beberapa gejala hukum tertentu, dengan cara menganalisisnya.⁴⁴ Metode penelitian merupakan prosedur dalam mendapatkan pengetahuan melalui penelitian. Prosedur yang terarah dan sistematis memastikan tujuan penelitian itu terpenuhi.

⁴² <https://www.zonamahasiswa.com/cara-membuat-ruang-lingkup-dalam-proposal/> 04 April 2021, 18:45 WIB

⁴³ <https://www.zonamahasiswa.com/cara-membuat-ruang-lingkup-dalam-proposal/> 04 April 2021, 19:43 WIB

⁴⁴ <https://www.gurupendidikan.co.id/metode-penelitian-hukum/> (Diakses pada tanggal 04 april 2021 18:21 WIB)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Jenis metode penelitian hukum Normatif-Empiris yang Merupakan suatu metode penelitian yang dalam hal ini menggabungkan unsur hukum normatif yang kemudian didukung dengan penambahan data atau unsur empiris. Seperti pada penelitian ini yang dimana menggabungkan metode penelitian empiris yang menggunakan fakta-fakta empiris yang diambil dari perilaku manusia, baik perilaku verbal yang didapat dari wawancara maupun perilaku nyata yang dilakukan melalui pengamatan langsung⁴⁵ dan juga didukung dengan penelitian hukum normatif yang meneliti hukum dari perspektif internal dengan norma hukum sebagai objek penelitiannya.⁴⁶

C. Jenis Penelitian

Dalam menyelesaikan skripsi ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian pustaka (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu.⁴⁷
- 2) Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.⁴⁸

⁴⁵ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif*, Pustaka Pelajar, hlm.280

⁴⁶ Diantha, I.M.P. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group, hlm.12

⁴⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta, 2008, hlm. 5.

⁴⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1998, hlm. 22

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh penulis secara langsung (dari tangan pertama), sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh penulis dari sumber yang sudah ada.

Sumber data primer juga dapat berupa dari data yang diperoleh dari putusan hakim atau pun catatan resmi yang dikeluarkan oleh pengadilan. Sedangkan sumber data sekunder dapat berupa buku teks yang berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-pandangan klasik para sarjana yang mempunyai kualifikasi tinggi, catatan atau dokumentasi mengenai tinjauan yuridis.

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan secara khusus oleh peneliti sendiri dari sumber aslinya. Data penelitian yang diperoleh dari sumber primer disebut data primer (*Primary Data*). yang menjadi sumber data primernya adalah posting di akun Twiter milik Dian Widiyarnoko yang berisi keluhan kesahnya atas surat keberatan yang dikirimkan oleh pihak PT. Eigerindo Multi Produk Industri.

Dalam penulisan ini sumber data Primer yang digunakan meliputi:

- a. Pasal 4 huruf c dan huruf d UU No. 8 Tahun 1999 (Undang Undang Perlindungan Konsumen)
- b. Pasal 23 ayat (2) UU No. 39 Tahun 1999 (Undang Undang Tentang Hak Asasi Manusia)

- c. Pasal 19 ayat (2) UU No. 12 Tahun 2005 (Kovenan Hak Sipil DanPolitik) ;

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara membaca buku, peraturan perundang-undangan, pandangan-pandangan klasik para sarjana yang mempunyai kualifikasi tinggi yang erat kaitannya dengan masalah yang sedang diteliti.

Dalam penulisan ini sumber data sekunder yang digunakan meliputi:

- a. Buku-buku ilmiah dibidang hukum;
- b. Jurnal ilmiah

3) Sumber Data Tersier

Sumber data tersier yaitu bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder.

Dalam penulisan ini bahan hukum tertier yang digunakan meliputi:

- a. Kamus Besar Bahasa Indonesia
- b. Kamus Hukum
- c. Situs internet yang berkaitan Perlindungan Hukum Konsumen

E. Metodologi Pengumpulan Data

Metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Dengan kata lain, metodologi merupakan proses, prinsip prinsip yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Dipilihnya pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan pada dua alasan yakni pertama, permasalahan yang dikaji dalam penelitian tentang kasus Perlindungan Hukum Konsumen ini membutuhkan sejumlah data-data lapangan yang bersifat *Actual* (berdasarkan kenyataan) dan *Kontekstual* (sesuai dengan situasi di lapangan), yang kedua, pemilihan pendekatan penelitian ini didasarkan pada keterkaitan masalah yang dikaji dengan sumber primer dari subjek penelitian dengan maksud menafsirkan fenomena yang sedang terjadi.

F. Analisa Data

Analisis data adalah suatu proses untuk menafsirkan atau memaknai suatu data. Data yang berhasil dihimpun selanjutnya akan di analisis secara deskripsi dengan maksud untuk memperoleh gambaran tentang suatu keadaan pada waktu tertentu.⁴⁹

Dari semua bahan hukum yang sudah terkumpul, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier akan dianalisis secara deskriptif, dengan logika deduktif. Bahan hukum tersebut akan diuraikan untuk mendapatkan penjelasan yang sistematis.

Pendesripsian dilakukan untuk menentukan isi atau makna bahan hukum disesuaikan dengan topik permasalahan yang ada. Dari data yang sudah terkumpul, baik yang diperoleh dari hasil penelitian kepustakaan maupun penelitian lapangan kemudian dilakukan analisis deskriptif kualitatif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan sebenarnya mengenai fakta-fakta tertentu.

⁴⁹ <https://text-id.123dok.com/document/dzx90r8vz-teknik-pengumpulan-bahan-hukum-teknik-analisis-bahan-hukum.html> (diakses pada tanggal 05 April 2021 14.56 WIB)

