

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah Memberikan dampak besar terhadap berbagai bidang kehidupan juga mempengaruhi hukum di indonesia. Dalam konteks hukum, kemajuan teknologi turut menghadirkan berbagai isu dan tantangan baru yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Inovasi di bidang digital telah melahirkan bentuk-bentuk interaksi sosial yang berbeda, terutama melalui platform media sosial yang saat ini telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial memungkinkan setiap individu untuk menyampaikan pendapat, membagikan informasi, bahkan mempengaruhi opini publik dalam skala yang sangat luas dan cepat.

Namun, kebebasan berekspresi yang difasilitasi oleh media sosial juga membuka ruang munculnya berbagai persoalan hukum baru. Isu seperti penyebaran informasi palsu (*hoaks*), pencemaran nama baik, pelanggaran privasi, ujaran kebencian (*hate speech*), pelanggaran hak kekayaan intelektual, penyalahgunaan data pribadi, dan transaksi elektronik tanpa perlindungan hukum yang memadai menjadi semakin relevan.

Di tengah kemajuan pesat zaman digital, platform media sosial telah bertransformasi menjadi salah satu alat yang memiliki dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor kewirausahaan dan bisnis. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai medium untuk berinteraksi secara sosial, tetapi juga memiliki peran penting dalam aktivitas pemasaran,

penciptaan citra merek, dan pengembangan usaha. Banyak pelaku usaha yang berhasil memanfaatkan potensi media sosial untuk mendorong pertumbuhan dan meningkatkan kesuksesan bisnis mereka.¹

Media sosial turut menyediakan wadah yang luas dan ekonomis bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam mempromosikan produk maupun jasa mereka secara langsung serta membangun interaksi dengan konsumen.. Strategi konten kreatif dan cerita dapat menarik perhatian audiens, Di sisi lain, pemanfaatan data yang diperoleh dari aktivitas media sosial memungkinkan pelaku usaha memahami perkembangan pasar serta preferensi konsumen secara langsung dan cepat. Komunikasi yang terjalin secara instan dengan pelanggan melalui media sosial tidak hanya memperkuat keterikatan emosional, tetapi juga menjadi sumber masukan yang signifikan dalam upaya penyempurnaan produk dan pelayanan. Dengan dukungan teknologi canggih seperti *big data* dan *artificial intelligence*, UKM memiliki peluang untuk mengembangkan solusi yang lebih tepat sasaran serta meningkatkan daya saing di tengah pasar global yang terintegrasi secara digital.

Namun, di sisi lain, media sosial juga membuka ruang bagi konsumen untuk menyampaikan pendapat dan pengalaman mereka terhadap suatu produk atau layanan. Ulasan yang diberikan oleh konsumen dapat memberikan dampak positif atau negatif terhadap reputasi serta kelangsungan usaha suatu perusahaan atau usaha lainnya.

¹ Jhon Veri Quratih Adawiyah, "Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha Menggunakan Metode Systematic Literature Review," Digitech 4, no. 1 (2024).

Ulasan produk merupakan bentuk evaluasi atau penilaian yang diberikan oleh seseorang atau suatu pihak setelah menggunakan atau meneliti suatu produk secara menyeluruh. Memberikan ulasan oleh konsumen adalah salah satu wujud dari hak kebebasan berpendapat, yang dijamin dan diakui oleh Pasal 28E ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Pasal ini menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak untuk berkumpul, berserikat, dan menyampaikan pendapatnya.² Melalui ulasan produk, mencerminkan pelaksanaan hak untuk menyampaikan pendapat oleh konsumen sebagaimana diamanatkan UUD 1945. Dengan demikian, memberikan ulasan atau menyampaikan pendapat adalah hak yang dijamin oleh UUD 1945. Selain diamanatkan oleh UUD 1945, kebebasan berpendapat juga tercantum pada Undang – Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (UU HAM No. 39/1999) dimana kebebasan berpendapat adalah salah satu hak asasi manusia yang diuraikan pada Pasal 23 ayat (2).

Selain itu, berdasarkan Pasal 4 huruf d dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK No. 8/1999), konsumen mempunyai hak untuk didengarkan dalam hal menyampaikan keluhan dan pendapatnya terhadap produk maupun layanan yang sudah mereka pakai. Dari perspektif pelaku usaha, pelaku usaha memiliki kewajiban seperti yang ada pada Pasal 7 huruf e UUPK No. 8/1999. Pasal ini menetapkan bahwa pelaku usaha harus memberikan peluang kepada konsumen untuk mencoba produk atau

² Dimas Hutomo, “*Pembatasan Berkomentar di Medsos Merampas Hak Kebebasan Berpendapat?*”. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pembatasan-berkomentar-di-medsos-merampas-hakkebebasan-berpendapat-lt5d2d75a9b17f0>

layanan yang mereka jual, sambil menawarkan jaminan atau garansi atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan.³

Walaupun kebebasan berpendapat di Indonesia diakui sebagai hak fundamental yang dilindungi, pelaksanaannya tetap harus mengikuti aturan yang berlaku. Hak ini tidak bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh berbagai faktor, seperti norma agama, etika, ketertiban, kepentingan publik, serta stabilitas negara. Pembatasan ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 28J ayat (2) UUD 1945 :

“Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis.”

Meskipun kebebasan berpendapat memiliki peran penting, konsumen tetap bertanggung jawab untuk memberikan ulasan yang jujur, objektif, dan berdasarkan pengalaman nyata. Selain itu, mereka juga wajib bertindak dengan niat baik dalam setiap proses pembelian produk maupun jasa, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No.8 tahun 1999. Dengan begitu, keseimbangan antara hak berbicara dan tanggung jawab sebagai konsumen dapat terjaga.

³ Nanda Pratiwi Putri, Aliesa Amanita, dan R. Ardini Rakhmania Ardan, "Perlindungan Hukum bagi Pelaku Usaha atas Kerugian yang Diderita akibat Ulasan Negatif di Media Sosial oleh Konsumen," Jurnal Rechtswetenschap: Jurnal Mahasiswa Hukum 1, no. 1 (2024).

Dengan berkembangnya platform media social pada saat ini seperti youtube, Instagram, facebook, Tiktok, google maps yang menyediakan kemudahan pengaksesan bagi konsumen untuk memberikan ulasan-ulasan konsumen semakin leluasa menyampaikan pendapat mereka terhadap suatu produk atau layanan. Namun, kemudahan ini juga membuka peluang bagi munculnya ulasan negatif, baik yang bersifat konstruktif maupun yang didasarkan pada ketidakpuasan pribadi tanpa pertimbangan objektif

Ulasan negatif yang disampaikan di media sosial sering kali berpengaruh besar terhadap kepercayaan publik terhadap suatu usaha. Dalam beberapa kasus, ulasan negatif dapat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan, hilangnya mitra bisnis, bahkan berujung pada kerugian finansial yang signifikan.

Seperti yang terjadi pada salah satu usahawan kuliner yaitu “Nyak Kopsah”. Pemilik warung makan oseng tersebut mendapatkan kehancuran bisnisnya setelah diriview oleh salah seorang *food vlogger*. Dimana, *food vlogger* tersebut dalam vidionya menjelek-jelekan makanan dari warung tersebut sehingga dampak dari riview tersebut membuat usaha yang berdiri sudah 25 tahun lebih tersebut sepi pengunjung sehingga ia harus merumahkan 9 dari 13 karyawan yang bekerja di warungnya dan bangkrut.⁴

⁴ rachmawati, “Warung 25 Tahun Bangkrut Setelah Review Food Vlogger, Bang Madun: Gue Masih Punya Utang,” *Kompas.Com*, last modified 2025, accessed March 26, 2025, <https://www.kompas.com/jawa-timur/read/2025/03/24/055500388/warung-25-tahun-bangkrut-setelah-review-food-vlogger-bang-madun--gue>.

Kasus lainya, seperti yang terjadi pada seorang usahawan kuliner, yang bangkrut dan mengalami kerugian setelah seorang conten creator meriview makananya dan menilai bahwa usahanya itu kawe/ palsu dan menjiplak usaha salah satu anak pejabat.⁵ Kondisi ini menunjukan adanya kerugian yang dialami pelaku usaha.

Dalam konteks perlindungan hukum, hal ini menunjukkan bahwa negara memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan melalui instrumen hukum yang berlaku terhadap pelaku usaha, khususnya dalam menjamin kepastian dan keadilan hukum di tengah praktik yang berpotensi merugikan usaha mereka. Tapi pada faktanya, sebagaimana dijelaskan pada kasus sebelumnya mencerminkan bahwa pelaku usaha tidak memperoleh perlindungan hukum secara optimal sebagaimana yang seharusnya dijamin oleh negara. Padahal, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara eksplisit telah mengatur dalam Pasal 6 bahwa pelaku usaha memiliki sejumlah hak, antara lain :

- 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 tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

⁵ Arifah Chandra Putri Gemilang, "Gegara Direview Tasyi Athasyia, UMKM Pisang Nugget Ini Sampai Bangkrut Usai Dituding Plagiat Bisnis Kaesang," *Hops.Id*, 2025, https://www.hops.id/unik/29414723398/gegara-direview-tasyi-athasyia-umkm-pisang-nugget-ini-sampai-bangkrut-usai-dituding-plagiat-bisnis-kaesang#google_vignette.

- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Akan tetapi, penerapannya di Indonesia saat ini menghadapi sejumlah tantangan, terlebih pada konteks perkembangan teknologi dan digitalisasi. Meskipun UUPK memberikan hak-hak yang jelas kepada pelaku usaha seperti jaminan hukum terhadap perilaku konsumen yang merugikan, hak untuk membela diri dalam perselisihan, serta pemulihan reputasi, kenyataannya implementasi di lapangan masih jauh dari kata maksimal/optimal. Keadaan tersebut diperparah dengan adanya kekosongan hukum (legal vacuum) dalam mengatur secara spesifik perlindungan terhadap pelaku usaha dari ulasan negatif di media sosial. Peraturan yang ada belum secara tegas dan rinci mengatur mekanisme perlindungan dan penyelesaian sengketa yang timbul akibat konten digital, khususnya ulasan atau komentar yang dapat merusak reputasi dan keberlangsungan usaha.

Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana keberpihakan hukum terhadap pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media sosial. Karena itu, calon peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA YANG MENGALAMI KERUGIAN AKIBAT ULASAN NEGATIF DI MEDIA SOSIAL”

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media social?
2. Apa saja hambatan-hambatan dalam penerapan perlindungan hukum bagi pelaku usaha terkait dengan ulasan negatif di media sosial di Indonesia?

1.3. TUJUAN

1. Untuk mengetahui apa saja bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media social
2. Untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam penerapan perlindungan hukum bagi pelaku usaha terkait dengan ulasan negatif di media sosial di Indonesia.

1.4. MANFAAT

1.4.1. MANFAAT TEORITIS

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen, dengan menyoroti aspek perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media sosial. Kajian ini juga berperan dalam memperjelas kedudukan hukum antara hak konsumen dalam menyampaikan pendapat dan hak pelaku usaha untuk mendapatkan perlindungan dari tindakan yang merugikan.

Selain itu, penelitian ini dapat membantu memperdalam pemahaman mengenai asas keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan

Konsumen. Lebih lanjut, penelitian ini dapat membantu memperjelas penerapan asas keadilan dan kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa yang timbul akibat ulasan negatif di media sosial. Dengan adanya kajian ini, diharapkan dapat memberikan dasar teoretis bagi pengembangan regulasi yang lebih komprehensif dalam melindungi pelaku usaha dari potensi penyalahgunaan kebebasan berpendapat yang berujung pada kerugian usaha.

1.4.2 MANFAAT PRAKTIS

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak, terutama pelaku usaha, konsumen, pembuat kebijakan, praktisi hukum, serta peneliti selanjutnya dalam memahami hak dan kewajiban masing-masing dalam ekosistem digital.

1. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bentuk perlindungan hukum yang tersedia jika mereka mengalami kerugian akibat ulasan negatif di media sosial. Dengan pemahaman yang lebih baik, pelaku usaha dapat mengetahui langkah hukum yang dapat ditempuh serta strategi untuk melindungi reputasi bisnis mereka.

2. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi konsumen dalam memberikan ulasan yang lebih bertanggung jawab, jujur, dan objektif, sehingga tidak merugikan pihak lain secara tidak adil. Konsumen juga

dapat memahami batasan hukum dalam menyampaikan pendapat agar tetap sesuai dengan regulasi yang berlaku.

3. Bagi Pembuat Kebijakan

Temuan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merumuskan kebijakan yang lebih jelas dan tegas terkait perlindungan hukum bagi pelaku usaha tanpa mengesampingkan hak-hak konsumen. Dengan adanya regulasi yang lebih rinci, diharapkan tercipta keseimbangan antara kebebasan berpendapat dan perlindungan hukum dalam dunia bisnis digital.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi studi lebih lanjut mengenai perlindungan hukum bagi pelaku usaha di era digital. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan meneliti aspek-aspek yang lebih spesifik, seperti efektivitas penerapan regulasi yang ada, studi kasus mengenai dampak ulasan negatif terhadap bisnis tertentu, atau perbandingan kebijakan perlindungan hukum di berbagai negara. Dengan demikian, penelitian di bidang ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi dunia akademik maupun praktik hukum.