

**TANGGUNG JAWAB AKUN JUAL BELI ONLINE DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP HAK-HAK PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum*



Oleh:

Gilang Rizki Ramadhan

2010012111276

BAGIAN HUKUM PERDATA

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2024**

No Reg: 604/Skripsi/PDT/II-2024

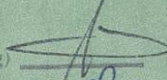
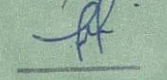
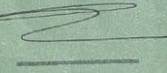
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA

PENGESAHAN SKRIPSI
No. Reg : 604/ pdt/ II-2024

Nama : Gilang Rizki Ramadhan
NPM : 2010012111276
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Tanggung Jawab Akun Jual Beli Online Di
Media Sosial Instagram Terhadap Hak-Hak
Perlindungan Konsumen

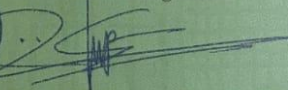
Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji pada bagian Hukum Perdata pada
Hari Selasa Tanggal Dua Puluh tujuh Bulan Februari Tahun Dua Ribu Dua
Puluh Empat dan dinyatakan LULUS

SUSUNAN TIM PENGUJI

1. Dr. (c) Suamperi, S.H., M.H (Ketua/Pembimbing) 
2. Dr. Yofiza Media, S.H., M.H (Anggota Penguji) 
3. Dr. Desmal Fajri, S.Ag., M.H (Anggota Penguji) 



Dekan Fakultas Hukum
Universitas Bung Hatta


Dr. Sanidjar Pebrihariati.R., S.H., M.H

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BUNG HATTA

PERSETUJUAN SKRIPSI


No. Reg : 604/ pdt/ II-2024

Nama : Gilang Rizki Ramadhan
NPM : 2010012111276
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Tanggung Jawab Akun Jual Beli Online Di
Media Sosial Instagram Terhadap Hak-Hak
Perlindungan Konsumen

Telah disetujui pada Hari **Jumat** Tanggal **Dua** Bulan **Februari** Tahun **Dua Ribu**
Dua Puluh Empat untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji :

Dr. (c) Suamperi, S.H., M.H

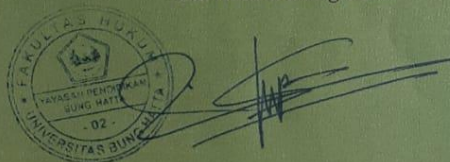
(Pembimbing)



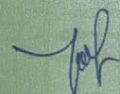
Mengetahui :

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Bung Hatta

Ketua Bagian
Hukum Perdata



(Dr.Sanidjar Pebrihariati.R, S.H., M.H)



(Dr. Yofiza Media, S.H., M.H)

TANGGUNG JAWAB AKUN JUAL BELI ONLINE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP HAK-HAK PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh

Gilang Rizki Ramadhan¹, Suamperi¹

¹Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta

Email: gilangrizki.2820@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial sangat berpengaruh dalam perkembangan zaman sebagai alat komunikasi dimana setiap pengguna dapat berbagi informasi, pengetahuan dan saling terhubung. Perkembangan media sosial membuat kinerja menjadi lebih cepat, tepat akurasi sehingga dapat meningkatkan produktivitas yang dihasilkan. Saat ini Adapun media sosial yang sering digunakan pada saat ini salah satunya adalah Instagram. Namun masih banyak pengguna sosial media Instagram masih kurang paham dengan hak-hak perlindungan konsumen. Rumusan Masalah : 1) Bagaimanakah tanggung jawab akun jual beli online di media sosial instagram terhadap hak-hak perlindungan konsumen? 2) Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh negara terhadap hak-hak perlindungan konsumen? Jenis Penelitian ini adalah jenis penelitian yuridis sosiologis, Sumber data adalah data primer dan data sekunder, Teknik pengumpulan data adalah wawancara dan studi dokumen, Analisa data menggunakan Metode Kualitatif. Hasil penelitian yaitu 1) Tanggung jawab yang diberikan oleh akun jual beli online pada kenyataannya masih kurang untuk beberapa oknum yang melakukan penipuan atas barang yang di perjual belikan yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian materil dan penjual tersebut menghilang setelah terjadi transaksi 2) Upaya yang dilakukan negara dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat dalam beberapa aspek hukum yaitu dalam aspek hukum perdata, aspek hukum administrasi dan aspek hukum pidana.

Kata Kunci : sosial media, Tanggung Jawab, Perlindungan Hukum, Instagram

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Metode Penelitian..... | 7 |
| BAB II | 11 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| A. Tinjauan Tentang Media Sosial..... | 11 |
| 1. Pengertian Media sosial | 11 |
| 2. Karakteristik Media Sosial | 12 |
| 3. Manfaat Media Sosial | 15 |
| B. Tinjauan Tentang Konsumen | 18 |
| 1. Defenisi Konsumen..... | 18 |
| 2. Hak dan Kewajiban Konsumen..... | 22 |
| 3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 24 |
| C. Tinjauan Perlindungan Konsumen | 28 |
| 1. Defenisi Perlindungan Konsumen | 28 |
| 2. Teori Perlindungan Konsumen | 30 |
| D. Tinjauan Platform Media Sosial Instagram | 34 |
| 1. Sejarah Instagram..... | 34 |
| 2. Perkembangan Instagram | 36 |
| 3. Fitur yang ada dalam Instagram | 37 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III..... | 42 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 42 |
| A. Tanggung Jawab Akun Jual Beli Online Di Media Sosial | |
| Instagram terhadap Hak-Hak Perlindungan Konsumen..... | 42 |
| B. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang diberikan oleh | |
| Negara terhadap hak-hak Perlindungan Konsumen..... | 47 |
| BAB IV | 53 |
| PENUTUP | 53 |
| A. Simpulan..... | 53 |
| B. Saran..... | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital saat ini peran media sosial sangat berpengaruh dalam perkembangan zaman sebagai alat komunikasi dimana setiap pengguna dapat berbagi informasi, pengetahuan dan saling terhubung. Teknologi yang semakin berkembang dan munculnya media sosial membuat Perusahaan harus mampu bersaing dalam menjalankan tujuan bisnisnya.

Media sosial adalah *platform online* yang memungkinkan individu, kelompok, atau organisasi untuk membuat profil atau akun, mengunggah dan berbagi konten, seperti teks, gambar, video, dan tautan, serta berinteraksi dengan orang lain melalui suka, bagikan, dan pesan. Cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi juga telah dipengaruhi oleh media sosial. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti mempertahankan hubungan sosial, mendorong bisnis, berbagi informasi dan berita, atau bahkan berpartisipasi dalam kampanye politik. Cara media sosial digunakan dan seberapa akurat dan bermanfaat informasi yang disebarkan dapat menentukan efeknya.¹

Fungsi media sosial terus meningkat, membuat badan yang ada di pemerintahan dan Perusahaan-perusahaan swasta juga turut serta menggunakan media sosial untuk melihat perilaku konsumen ini dimulai dengan memberikan informasi yang pada akhirnya meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang

¹Boyd, d.2010, *social networksites as networked public: Affordances, Dynamic, and Implication*. In.Z. papacharissi(Ed.), *A Network Self*. hal.39-58

suatu merek serta perilaku konsumen saat pembelian.²

Salah satu manfaat dari kemajuan teknologi internet di dunia yang sedang berkembang saat ini adalah penggunaan internet sebagai alat untuk berkomunikasi secara emosional dan melakukan transaksi perdagangan. Menggunakan internet sebagai media pemasaran memiliki banyak keuntungan, termasuk jangkauan pasar yang lebih luas, harga yang lebih rendah, ketersediaan 24 jam, dan kemampuan untuk meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini didapatkan bahwa dalam bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen mengenai hal-hal untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disingkat dengan UUPK dilindungi oleh empat hak yang utama yakni hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan, hak atas informasi yang benar dan jujur, hak untuk mendapatkan perlindungan hukum, hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen sebagaimana telah ditentukan dalam Pasal 4 huruf a, huruf c, huruf e, dan huruf f Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Hak yang dimaksud dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Konsumen tentang Perlindungan Konsumen yaitu Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dan/atau jasa; Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; Hak untuk

² Kim, A., J & Ko, E. 2012, *Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Quality? An Empirical Study Of Luxury Fashion Brand*, *Journal Of Bussiness Research*, hlm. 65

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

Selanjutnya, bagi pengguna media sosial khususnya Instagram agar selalu mematuhi peraturan yang berlaku. Apabila melanggar hukum dalam penggunaan media sosial dapat berakibat sanksi hukum. Dalam hal melindungi hak-hak konsumen pada ranah media sosial khususnya Instagram telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE. Lebih jelas dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”. Yang dimaksud berita bohong yang disebarkan melalui media elektronik (media sosial) yang bertujuan untuk menyesatkan konsumen dapat menerima sanksi hukum yang telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Menurut data, *platform* media sosial yang paling aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Twitter. Penggunaan internet di Indonesia mencapai 8 jam, sosial media 3 hingga

26 menit, menonton televisi 3 hingga 4 menit, mendengarkan musik 1 hingga 30 menit, dan bermain game 1 hingga 23 menit setiap hari. Hasil survey Kemp (2017) menunjukkan bahwa 132,7 juta orang, atau 51% dari populasi, di Indonesia menggunakan internet, dan 106 juta, atau sekitar 40% dari mereka, aktif di media sosial. Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna media digital terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini berarti bahwa lebih banyak pengguna media digital memiliki kemampuan untuk mengubah perilaku mereka saat membeli barang atau menjual barang melalui platform media sosial.³

Banyak faktor yang memengaruhi perilaku konsumen tersebut, di antaranya kualitas produk, harga yang ditawarkan, diskon yang disajikan, kemudahan dalam memilih lokasi tempat beli, dan lingkungan sekitar. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa remaja berusia antara 20-30 tahun mendominasi transaksi jual beli online. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial mendominasi transaksi online dan tumbuh bersama dengan kemajuan teknologi internet dan digital. Bisnis dapat mengubah perilaku pelanggan melalui kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang didukung oleh kecenderungan pelanggan untuk menggunakan internet.

Media sosial telah menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan oleh konsumen untuk menghabiskan waktu. Dalam penelitian ini Instagram adalah subjek pemasaran media sosial karena telah menjadi fenomena di kalangan generasi milenial. Instagram telah menjadi fenomena di kalangan generasi milenial sekarang. Banyak dari generasi milenial menggunakan Instagram untuk memenuhi kebutuhannya baik itu primer maupun sekunder

³ Syafrina, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Jurnal Yustitia, Vol. 1, No. 2 Juli-Desember

mereka.⁴

Beragam fitur yang dihadirkan dalam platform instagram ini menyebabkan individu mudah mendapatkan produk yang diinginkan. Selain itu, postingan produk di dalam instagram dapat mempengaruhi pengguna yang membuka instagram karena menampilkan rincian suatu produk atau barang tersebut. Hal tersebut menimbulkan dampak, yaitu konsumen dapat mengetahui mutu dari suatu produk secara langsung melalui platform instagram.⁵

Penggunaan Instagram yang tinggi pada saat ini terutama di kalangan generasi milenial menyebabkan Instagram berkembang menjadi media yang sangat efektif dalam memasarkan merek suatu Perusahaan dalam menjangkau pelanggan pada masa yang akan datang. Perusahaan besar maupun kecil, bahkan UMKM dapat memanfaatkan platform Instagram dalam melakukan aktivitas jual beli dan menjangkau konsumen. Cara yang dapat dilakukan untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen adalah dengan mengunggah (*post*) foto dan rincian produk. Selain itu Instagram juga dapat dijadikan sebagai konsep dalam mengungkap popularitas sebuah perseroan maupun UKM supaya dapat bertahan dalam dunia persaingan bisnis.

Hadirnya platform Instagram secara tidak langsung menciptakan generasi baru yang dikenal dengan generasi IG (Instagram). Generasi Instagram muncul akibat dari banyaknya pengguna Instagram saat ini, bahkan hampir seluruh masyarakat memiliki akun Instagram yang difungsikan sebagai alat komunikasi

⁴ Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. 2011. *The effects of social media on college students. MBA Student Scholarship*. hlm 8

⁵ Chacha Andira Sari, *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*, Departemen Antropologi FISIP Universitas Airlangga, Vol. 4 No. 2 Juli 2015. hlm. 212

sosial dan berbelanja secara online dengan memilih produk yang diinginkan.

Meningkatnya sifat konsumsi terhadap suatu produk cenderung memunculkan sikap konsumtif. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai ketika individu memilih dan membeli sesuatu barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan akan barang yang dibeli, tetapi untuk memenuhi ego atau kemauan yang sifatnya tidak mendesak, meningkatkan gengsi, mengikuti tren serta berbagai macam alasan lain yang tidak penting.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis ingin memaparkan lebih lanjut tentang permasalahan yang terjadi untuk dituangkan dalam penelitian hukum dengan judul **“TANGGUNG JAWAB AKUN JUAL BELI ONLINE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP HAK-HAK PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah tanggung jawab akun jual beli online di media sosial instagram terhadap hak-hak perlindungan konsumen?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh negara terhadap hak-hak perlindungan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna menganalisis tanggung jawab akun jual beli online di media sosial instagram terhadap hak-hak perlindungan konsumen.
2. Guna menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh negara terhadap hak-hak perlindungan konsumen.

D. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis studi yang dipakai dalam studi ini adalah jenis hukum sosiologis atau empiris, yaitu studi lapangan. Disebut penelitian sosiologis karena studi ini berpatokan pada informasi primer yang didapatkan dari masyarakat langsung lewat studi lapangan. Data primer yang didapatkan dari lapangan dilaksanakan lewat pengamatan, wawancara atau membagikan angket.⁶

2. Sumber Data

Sumber data digunakan adalah sumber sekunder. Sumber data sekunder pada penelitian ini bersumber dari buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan ini menggunakan literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

a. Bahan hukum primer

Sumber hukum yang berfungsi mengikat terdiri atas UU dan putusan hakim disebut dengan badan hukum primer. Dalam penelitian skripsi ini yang digunakan adalah:

- 1) Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer)
- 2) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁶ Maiyestati, 2022, *Metode Penelitian Hukum*, LPPM Universitas Bung Hatta, Padang, hlm. 23

b. Bahan Hukum Sekunder

Semua dokumen yang memiliki keterkaitan dengan dokumen tidak resmi disebut dengan badan hukum sekunder,⁷ Dokumen tersebut dijadikan sebagai petunjuk atau penjelasan dari badan hukum primer. Jenis dari badan hukum sekunder dalam studi ini terdiri atas kamus hukum, buku, jurnal hukum, laporan studi hukum, yang terdiri atas karya akademisi dan ahli tentang berbagai produk hukum perundang-undangan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dipakai diantaranya:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka ke perpustakaan dan pengumpulan buku- buku, bahan-bahan tertulis serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. data bersumber dari kepustakaan seperti UU, publikasi, dokumen resmi, serta temuan penelitian.⁸

b. Studi lapangan

Adapun studi lapangan yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang valid dan faktual, juga untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Teknik ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti..

⁷ Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafik, Jakarta, hlm. 54

⁸ *Ibid*, hlm. 107

c. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan alat pengumpulan data yang harus memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, seperti mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki dan dihubungkan dengan proposisi umum. Maka dari itu, peneliti melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian. Yaitu mengamati secara langsung kepada Pertukaran Mahasiswa Merdeka yang berada di Universitas Pamulang.⁹

d. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya dan menjawab secara lisan untuk mendapatkan informasi. Tujuan dari wawancara adalah supaya memperoleh data valid dari sumber-sumber yang telah terkumpul. Wawancara dilaksanakan guna mengetahui informasi terkait tanggung jawab akun jual beli online di media sosial instagram terhadap Hak-hak perlindungan konsumen.

4. Analisis Data

Analisis data adalah tahapan langkah yang dilakukan untuk mendapatkan dan menyusun secara urut informasi yang telah terkumpul lewat teknik pengorganisasian data. Hasil tersebut dianalisis supaya dapat dipahami dan dikomunikasikan dengan orang lain.¹⁰Data dalam studi ini dianalisis menggunakan deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif terhadap data sekunder dan primer. kualitatif terhadap data primer dan data

⁹ Moh. Nazir, 2009, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 212.

¹⁰ Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Alfabeta, Bandung. hlm 77

sekunder. Deskriptif tersebut, meliputi isi dan struktur hukum positif adalah tindakan yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan isi atau makna aturan hukum yang digunakan sebagai rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek penelitian, Teori objektif digunakan untuk menganalisis kembali pola-pola tersebut. Selain itu, Selain itu, studi ini berkaitan erat dengan teknik dekriptif yang bertujuan untuk menampilkan peristiwa hukum atau situasi yang ada.¹¹

¹¹ I Made Pasek Diantha, 2016, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Jastifikasi Teori Hukum*, Prenada Media Grup, Jakarta, hlm 146.