

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS HUKUM**

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi  
Nomor: 429/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN *YOUTUBE VIEWERS* DAN TANGGUNG  
JAWAB PEMBUAT KONTEN *YOUTUBE* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG  
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

OLEH

**Fahira Anandya Jembawan**

**NPM : 2015200034**

PEMBIMBING

Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan Untuk  
Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ilmu Hukum

2019

Telah disidangkan pada Ujian  
Penulisan Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'JG', written over a long horizontal line.

(Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M)

Dekan,

(Dr. iur. Liona Nanang Supriatna, S.H., M.Hum)



## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini:

Nama : Fahira Anandya Jembawan

NPM : 2015200034

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

**“Analisis Yuridis Perlindungan *Youtube Viewers* dan Tanggung Jawab Pembuat Konten *Youtube* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah/Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- a. Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- b. Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 14 Desember 2019

Mahasiswa penyusun Karya Ilmiah/Karya Penulisan Hukum

( \_\_\_\_\_ )

Fahira Anandya Jembawan

2015200034

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi, era digital sampai saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dikarenakan teknologi yang semakin canggih yang tidak dapat dihindari di era modern saat ini. Perkembangan ini membuat masyarakat lebih mudah untuk berkomunikasi karena internet semakin mudah untuk diakses. Salah satu aplikasi yang digemari oleh beberapa masyarakat untuk berekspresi dan ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial adalah *Youtube*. Konten berupa video dapat dilihat oleh jutaan masyarakat di dunia dan pengguna dapat berinteraksi serta menemukan konten-konten apapun di *Youtube*. Dengan banyaknya pengguna *Youtube* di Indonesia menimbulkan peluang baru, peluang tersebut adalah mendapatkan penghasilan dari *video* yang diunggah oleh seorang *Youtuber* yang mengikuti syarat dari *Youtube Partner Program*. Namun dengan adanya peluang tersebut membuat banyak *Youtuber* membuat konten yang kurang pantas untuk dilihat karena *viewers* memiliki kebebasan untuk mencari dan menemukan video di *Youtube*, banyaknya video yang beredar di *Youtube* salah satunya adalah video yang mengandung asusila, *hoax* dan melanggar hukum. Lalu muncul permasalahan dimana perlindungan *Youtube viewers* dan tanggung jawab *Youtube creators* atas video yang diunggah di *platform Youtube*.

Kata kunci: *Youtuber*, *Viewers*, perlindungan konsumen, tanggung jawab.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya penulisan hukum yang berjudul “**Analisis Yuridis Perlindungan Youtube Viewers dan Tanggung Jawab Pembuat Konten Youtube Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**” ini dapat diselesaikan. Penulis menyadari bahwa penulisan hukum ini jauh dari kata sempurna dan terbilang cukup sederhana, serta masih banyak kekurangan. Penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna baik bagi lingkungan fakultas, universitas, maupun masyarakat. Selesaiannya penulisan hukum ini penulis sadari tidak lepas dari bantuan dan dukungan semua pihak selama ini. Pada kesempatan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, **Doni Jembawan, S.E.**, terima kasih sudah menjadi ayah yang mendukung dengan segala pilihan penulis dan selalu mendoakan penulis.
2. Bapak **Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M.**, selaku dosen pembimbing dan penguji penulisan hukum, terima kasih atas segala bimbingan dan arahan selama menyusun skripsi ini. *I feel honored to be advised by you.*
3. Bapak **Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum.**, selaku dosen pembimbing seminar, terima kasih atas segala bimbingan yang telah diberikan serta memberi segala arahan dan masukan dikala penulis merasa kesulitan dari awal menyusun proposal sampai skripsi ini. *Couldn't ask for a better advisors.*
4. Ibu **Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN.**, selaku dosen penguji seminar hingga sidang penulisan hukum, terima kasih atas segala arahan dan masukkan dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak **Aloysius Joni Minulyo, S.H., M.H.**, selaku dosen wali penulis, terimakasih atas arahan dan nasihat Bapak selama masa perkuliahan penulis.
6. Para dosen serta seluruh bagian *staff* yang bertugas di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan baik yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberi wawasan dan ilmu selama penulis menempuh pendidikan sarjana hukum di Fakultas Hukum Universitas Katolik

Parahyangan dan para pekerya, yang selalu membantu dalam urusan mencari dosen dan perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

7. **Simba Laksana, S.M.**, terima kasih telah memberikan dukungan dan doa setiap saat, kasih sayang serta telah menjadi tempat bercerita, bercanda, mengganggu penulis saat mengerjakan skripsi, berkeluh kesah mengenai skripsi dan kehidupan selama masa SMA sampai perkuliahan dan proses penulisan hukum penulis. *Can't wait to travel the world with you.*
8. **Andina Yulianti**, kakak dan sosok ibu selama ini, terima kasih sudah menjadi kakak yang selalu menyayangi, membantu, menemani, memberi masukan yang sangat *explicit* tapi sangat berguna di kehidupan ini dan mendengar keluh kesah serta menjadi teman *travelling* ke seluruh penjuru dunia sejak kecil. *You are literally the best sister i've ever had.*
9. **Anna Rustiana**, terima kasih sudah menjadi ibu kedua dan menyayangi penulis seperti anak sendiri dan membiarkan penulis menginap di rumah Gegerkalong selama masa penulisan skripsi agar dekat dengan kampus.
10. Kucingku **Lui**, terima kasih untuk selalu menemani penulis di rumah untuk bermain, selalu mengikuti kemanapun berjalan dan menginjak *laptop* serta kertas skripsi penulis. *You're so fluffy i almost die.*
11. **Myra Ghazala** dan **Gita Senia**, *my ride or die* terima kasih sudah menjadi sahabat yang selalu ada selama masa perkuliahan hingga proses penulisan hukum, yang selalu memberikan dukungan, tempat bercerita, bercanda tawa, liburan bersama-sama selama perkuliahan ini. *You guys are family to me.*
12. **Adiella Berliani, Sofia Oktariza Putri, Gizka Mutiara Bahari, Nadhifa Khairunnisa, Nabila Vikasari** dan **Nazla Afifa**, terima kasih sudah menjadi sahabat penulis selama masa perkuliahan hingga proses skripsi ini selesai dan selalu menemani, mendengarkan keluh kesah dan bercanda tawa.
13. InshaAllah Lulus (**Adiella Berliani, Alike Hanoum, Andina Mayangsari, Debby Debora, Gina Adriani, Gizka Mutiara Bahari, Karina Ramadanti, Keren Priskila, Lifana Clarissa, Muthia Putri Syafira, Myra Ghazala, Nabila Vikasari, Nadhifa Khairunnisa, Nazla Afifa, Pelangi Gunawan, Rara Arum, Sofia Oktariza Putri, dan Yuniar Aulia**), yang telah menjadi

teman di kampus, tempat bercerita, memberi dukungan serta berbagi kisah yang tidak terlupakan selama masa perkuliahan penulis. *Until we meet again.*

14. **Deby Anjani** dan **Salma Al-Zahra**, terima kasih telah menjadi sahabat penulis sejak masa SMA dan selalu mendukung penulis dari berbagai keluh kesah maupun senang dan bercanda tawa.
15. **Benedictus Praditya**, *my air sign buddy*, terima kasih sudah menjadi sahabat penulis dan berbagi kisah semasa perkuliahan,
16. **Galih Ryan, Inez Puttyati, Nadya Kusuma, Rico Wirawan, Rudi Hartono, Savitri Fadhilla Utami**, terima kasih sudah menjadi sahabat penulis sejak masa SMA hingga sampai sekarang.
17. **Gilang Permadi, Sasha Alfiansyah, Alexander Gaodilliam**, teman-teman satu bimbingan penulisan hukum dengan Pak Johannes, terima kasih sudah membantu untuk menyelesaikan penulisan hukum ini sampai selesai.
18. **Macbook Pro**, terima kasih sudah menyaksikan keseriusan, pusing, tangisan, tawa dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
19. **Starbucks Coffee** dan **Byron Selective**, terima kasih sudah menjadi tempat penulis untuk mengerjakan skripsi sampai larut malam.
20. Terima kasih kepada diriku sendiri bisa menyelesaikan penulisan hukum ini sampai selesai dengan jerih payah, tangisan, pusing, masuk angin, tahan dengan berpuluh cangkir kopi yang mengakibatkan asam lambung dan berat badan naik, *you actually did this and you must be so proud of yourself.*
21. Teman-teman Fakultas Hukum angkatan 2015 dan pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan telah memberikan kontribusi selama masa kuliah hingga penulisan hukum ini.

Bandung, 14 November 2019

Fahira Anandya Jembawan  
2015200034

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Rumusan Masalah</b> .....	<b>10</b>
<b>3. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>4. Metode Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>5. Sistematika Penulisan</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB II    TINJAUAN    UMUM    PERLINDUNGAN    KONSUMEN</b> <b>BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999</b> <b>TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN</b> .....	<b>13</b>
<b>1. Hukum Perlindungan Konsumen</b> .....	<b>13</b>
1.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen .....	13
1.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen .....	18
<b>2. Pihak-Pihak Dalam Hukum Perlindungan Konsumen</b> .....	<b>20</b>
2.1 Konsumen .....	20
2.2 Pelaku Usaha .....	22
<b>3. Hak dan Kewajiban Para Pihak</b> .....	<b>25</b>
3.1 Hak Konsumen.....	26
3.2 Kewajiban Konsumen .....	28
3.3 Hak Pelaku Usaha .....	29
3.4 Kewajiban Pelaku Usaha.....	30
<b>4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen</b> .....	<b>32</b>
<b>BAB III    TINJAUAN    UMUM    YOUTUBE    DAN    KONTEN    PADA</b> <b>YOUTUBE</b> .....	<b>36</b>
<b>1. Youtube</b> .....	<b>36</b>
1.1 Sejarah Youtube.....	36
1.2 Fitur-fitur Youtube.....	38



1.3	Kategori Video di <i>Youtube</i> .....	42
1.4	<i>Youtube Policies &amp; Safety</i> .....	43
<b>2.</b>	<b>Pengertian Konten dan Pembuat Konten (<i>Content Creator</i>)....</b>	<b>48</b>
<b>3.</b>	<b>Pengertian <i>Youtuber</i> dan <i>Viewers</i> .....</b>	<b>49</b>
3.1	Pengertian <i>Youtuber</i> .....	49
3.2	Pengertian <i>Viewers</i> .....	57
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN <i>YOUTUBE VIEWERS</i></b>	
	<b>DAN TANGGUNG JAWAB PEMBUAT KONTEN <i>YOUTUBE</i></b>	
	<b>BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999</b>	
	<b>TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.....</b>	<b>61</b>
1.	<b>Klasifikasi <i>Youtube Viewers</i> Sebagai Konsumen dan <i>Youtuber</i></b>	
	<b>Sebagai Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8</b>	
	<b>Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....</b>	<b>61</b>
2.	<b>Perlindungan <i>Youtube Viewers</i> dan Tanggung Jawab Pembuat</b>	
	<b>Konten <i>Youtube</i> Atas <i>Video</i> yang Diunggah oleh <i>Youtuber</i></b>	
	<b>Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang</b>	
	<b>Perlindungan Konsumen .....</b>	<b>67</b>
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
1.	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>81</b>
2.	<b>Saran .....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>85</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi, era digital sampai saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dikarenakan teknologi yang semakin canggih yang tidak dapat dihindari di era modern saat ini. Perkembangan ini membuat masyarakat lebih mudah untuk berkomunikasi karena internet semakin mudah untuk diakses. Setiap orang dengan akses internet dengan mudah hanya menggunakan perangkat komputer, *laptop*, *smartphone* atau perangkat lain sejenisnya. Salah satu produk layanan yang lahir berkat adanya akses internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial memperkuat kedudukan internet sebagai media komunikasi yang baru dimana jarak sudah tidak dipermasalahkan lagi. Informasi dan pesan bisa tersampaikan secara mudah dalam waktu yang sangat singkat. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia sampai saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.<sup>1</sup>

Penggunaan media sosial di kalangan masyarakat semakin populer. Media sosial atau yang kerap disebut “*sosmed*” sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Media sosial sendiri adalah sebuah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial.<sup>2</sup> Media sosial memiliki informasi tidak terbatas yang disediakan untuk masyarakat dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh

---

<sup>1</sup> Kominfo, Penggunaan Internet di Indonesia 63 Juta Orang, diakses dari [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker), pada tanggal 7 Januari 2019, pukul 18.08 WIB.

<sup>2</sup> KBBI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media%20sosial>, pada tanggal 6 Januari 2019, pukul 21.59 WIB.

masyarakat di seluruh penjuru dunia. Perkembangan ini mengubah cara berkomunikasi masyarakat karena dapat dilakukan dimana saja dengan mudah. Media sosial memiliki banyak manfaat apabila digunakan dengan bijak. Jutaan informasi yang tidak terbatas dapat diakses dengan mudah. Keuntungan lain dari media sosial salah satunya adalah memudahkan masyarakat untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat lain di seluruh penjuru dunia. Selain itu, media sosial dapat dijadikan tempat untuk mencari dan mengetahui perkembangan dalam sesuatu hal, berbagi informasi dan mengikuti salah satu tren pada saat ini. Masyarakat yang memilih media sosial hanya untuk berkomunikasi cenderung menggunakan aplikasi seperti *Line*, *Whatsapp*, *Telegram* atau aplikasi sejenisnya. Tetapi, aplikasi yang digemari oleh beberapa masyarakat untuk berekspresi dan ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial cenderung menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan *Instagram*.

*Youtube* merupakan salah satu situs berbagi video daring (dalam jaringan) terbesar di dunia ini diprakarsai oleh tiga orang mantan pegawai *PayPal* di tahun 2005 yang bernama *Chad Hurley*, *Steve Chen* dan *Jawed Karim*. Mereka membuat aplikasi ini untuk membuat media sosial dimana pengguna dapat menonton dan mengunggah video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California.<sup>3</sup> Menurut data, aplikasi *Youtube* menjadi aplikasi media paling populer di Indonesia. Sebab, lebih dari sepertiga pengguna *internet* di Indonesia aktif menggunakan *Youtube*. Ini terbukti dari data *Google* yang menyebut bahwa terdapat 50 juta pengguna aktif *Youtube* per bulannya dari total 146 juta pengakses *internet* di Indonesia.<sup>4</sup> Konten berupa video dapat dilihat oleh jutaan masyarakat di dunia dan pengguna dapat berinteraksi serta menemukan konten-konten apapun di *Youtube*. Banyaknya konten-konten bagus dan menarik yang

---

<sup>3</sup> Wikipedia, *Youtube*, diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pada tanggal 2 April 2019, pukul 16.19 WIB.

<sup>4</sup> Kustin Ayuwuragil, *Youtube* Jadi Aplikasi Paling Populer di Indonesia, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/youtube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia>, pada tanggal 2 April 2019, pukul 16.28 WIB.

diunggah penggunaanya dapat mengambil minat masyarakat untuk menikmati kontennya dengan mengikuti atau istilah lainnya “*subscribe*” profil orang tersebut dan tidak ada batas maupun privasi di dalamnya. Semakin banyak pengikut atau *subscribers* (diterjemahkan: pengikut) yang dimiliki oleh pengguna, akan menjadikan dirinya semakin populer. Dengan banyaknya pengguna *Youtube* di Indonesia menimbulkan peluang baru, peluang tersebut adalah mendapatkan penghasilan dari *video* yang diunggah bagi para pengguna tersebut. *Youtube* juga dijadikan salah satu wadah untuk menambahkan popularitas seseorang dengan bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan.

Dilihat dari data, *Youtube* mencatat bahwa jumlah penonton bulanan yang terdaftar (*logged-in monthly users*) adalah sebesar 1,5 miliar pada pertengahan tahun 2017.<sup>5</sup> Hal tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk mencari keuntungan, apabila pengguna tersebut memiliki *subscribers* dan penonton yang banyak, hal itu memudahkan pengguna untuk mendapatkan keuntungan dari iklan dan perusahaan *Youtube* sendiri. Tidak sedikit para artis televisi berpindah profesi menjadi artis *Youtube* dikarenakan sekarang lebih diminati oleh masyarakat daripada acara televisi. Istilah pengguna *Youtube* adalah *Youtuber*. Ditonton lebih dari satu miliar pengunjung setiap bulannya, setiap menit ada sekitar seratus video diunggah oleh seorang *Youtuber*. Mereka giat mengunggah video ke *Youtube* dengan berbagai alasan, ada yang menggunakannya semata-mata hanya untuk menghibur dirinya sendiri, namun secara umum mereka berbagi konten yang mereka suka dan cenderung menginginkannya menjadi viral. Viral adalah sesuatu yang bersifat menyebar luas dan cepat seperti virus.<sup>6</sup>

Konten-konten yang diunggah oleh seorang *Youtuber* salah satunya mulai dari video klip, komedi, film pendek, dokumenter, *walkthrough game*, dan karya

---

<sup>5</sup> Oik Yusuf, Berapa Banyak Orang yang Menonton *YouTube* Setiap Harinya?, diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/05/04/14250087/berapa-banyak-orang-yang-menonton-youtube-setiap-harinya->, pada tanggal 2 April 2019, pukul 16.44 WIB.

<sup>6</sup> KBBI, Viral, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/viral>, pada tanggal 2 April 2019, pukul 16.53 WIB.

yang dilindungi hak cipta, salah satunya *music video* masuk ke *Youtube*. Sebagian besar video yang ditemukan di *Youtube* dibuat oleh para amatir, tetapi beberapa pembuat film profesional juga menggunakan *platform* ini untuk membagikan karya mereka. Tidak semua *Youtuber* mendapatkan keuntungan dikarenakan ada beberapa syarat apabila ingin memiliki keuntungan dari *Youtube*, salah satunya adalah syarat dari *Youtube Partner Program*, mereka menjelaskan bahwa syarat untuk mendapatkan uang dari *Youtube* adalah memiliki 1000 *subscribers* dengan setidaknya memiliki 4000 jam waktu menonton *video* di *Youtube*.<sup>7</sup> *Youtuber* dapat pula menghasilkan uang melalui iklan *adsense* saat videonya ditonton banyak orang melalui *merchandise* dan sponsor dari perusahaan yang ingin mengiklankan produknya di video yang ia unggah.

Salah satu *Youtuber* yang memiliki *subscribers* terbanyak di dunia adalah *Felix Kjellberg* yang berumur 25 tahun dan dikenal di *Youtube* dengan akun *PewDiePie*, dalam setahun ia berpenghasilan kira-kira seratus miliar rupiah. Ia mengunggah dirinya memainkan *game* beserta komentar-komentar tentang *game* tersebut dengan lelucon yang ia buat. *PewDiePie* merekam dirinya sendiri yang sedang melakukan kegemarannya, yakni bermain *game*, yang kemudian diunggah ke *Youtube*.<sup>8</sup> Sampai saat ini seorang *Youtuber* Indonesia yang memiliki *subscribers* terbanyak adalah Atta Halilintar, ia memiliki *subscribers* sebanyak 18,730,147 juta pada bulan September 2019. Estimasi penghasilan yang ia dapatkan setiap bulan dari *video* yang ia unggah perbulannya adalah sebesar Rp. 22,4 Miliar.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Oik Yusuf, Syarat untuk Dapat Uang di *Youtube* Makin Berat, diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/01/17/19303157/resmi-syarat-untuk-dapat-uang-dari-youtube-makin-berat?page=all>, pada tanggal 3 September 2019, pukul 18.09 WIB.

<sup>8</sup> Rizky Chandra, diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/01/25/19330017/ini-dia-youtuber-dengan-jumlah-subscriber-terbanyak-di-dunia>, pada tanggal 2 April 2019, pukul 17.50 WIB.

<sup>9</sup> Ambaranie Nadia, Penghasilan Atta dari *Youtube* 22 Miliar Per-bulan, diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2019/08/22/133953765/penghasilan-atta-halilintar-dari-youtube-rp-22-miliar-per-bulan-berapa-kira?page=all>, pada tanggal 3 September 2019, pukul 18.30 WIB.

Di sisi lain, ada beberapa *Youtuber* yang mengunggah video berisi konten-konten negatif. Konten adalah isi yang berada dalam video yang diunggah oleh *Youtuber* tersebut. *Content creator* yang mengunggah video berisi konten selalu menggunakan cara untuk menarik konsumen dengan cara *content marketing*. *Content creator* adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti *Youtube*, *Snapchat*, *Instagram*, *WordPress*, dan *Blogger*.<sup>10</sup> *Content marketing* adalah strategi pemasaran dimana kita merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang mampu menarik *viewers* yang tepat sasaran, kemudian mendorong mereka menjadi kustomer.<sup>11</sup> Dengan cara ini pengguna dimudahkan untuk merencanakan konten yang akan mereka buat dengan mudah, apa yang diminati oleh masyarakat dan hal-hal menarik lainnya untuk menarik *viewers* untuk menonton videonya. Konten dalam *content marketing* dapat berbentuk foto, video, artikel dan sekedar *update* status. Dari sifatnya, konten bisa dibedakan dari sifatnya, yaitu mendidik, menghibur, dan mempengaruhi rasa emosional.

Banyaknya *Youtuber* yang mengunggah *video* berisi konten yang beragam memberikan kebebasan bagi pengguna untuk membuat *video* dengan ide yang tidak terbatas. Tetapi, tidak sedikit pengguna yang mengunggah *video* memuat hal-hal yang termasuk konten negatif. Konten negatif terdiri dari:<sup>12</sup>

- 1) Penderitaan atau pengancaman
- 2) Asusila
- 3) Perjudian

---

<sup>10</sup> *Billionaire Coach*, Pengertian *Content Creator*, diakses dari <https://billionairecoach.co.id/bisnis-online/pengertian-content-creator>, pada tanggal 3 April 2019, pukul 12.09 WIB.

<sup>11</sup> Darmawan, Apa itu *Content Marketing?*, diakses dari <http://panduanim.com/apa-itu-content-marketing/>, pada tanggal 2 April 2019, pukul 23.55 WIB.

<sup>12</sup> Klinik hukum, Apa Saja Yang Termasuk Konten Negatif?, diakses dari [https://www.instagram.com/p/Bvs8SAM18Jq/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/Bvs8SAM18Jq/?utm_source=ig_web_button_share_sheet), pada tanggal 3 April 2019, pukul 12.49 WIB.

- 4) Menimbulkan kebencian atau permusuhan berdasarkan SARA
- 5) Pencemaran nama baik
- 6) Berita bohong dan menyesatkan konsumen

Beberapa *Youtuber* mengunggah video yang berdurasi cukup panjang berisikan konten yang tidak layak untuk diunggah, salah satu contohnya adalah dalam video Atta Halilintar, ia mengunggah video yang berjudul “Grebek Lucinta Luna, Cewe apa Cowo ya Dia?” di dalam video yang berdurasi 15 menit tersebut banyak sekali perkataan-perkataan yang tidak pantas karena berbau pornografi, dengan pakaian Lucinta Luna yang senonoh dan mencantumkan video-video pendek yang diambil dari potongan cuplikan yang menunjukkan unsur-unsur pornografi.<sup>13</sup> Video ini sudah ditonton oleh *viewers* sebanyak 7 juta penonton yang dapat membahayakan anak dibawah umur dikarenakan akses yang sangat mudah untuk dapat menonton video-video tersebut. Contoh lain adalah video *hoax* yang sempat menimbulkan banyak spekulasi dan keresahan di kalangan masyarakat mengenai rekaman *blackbox* pesawat Lion Air JT-610, dikarenakan beredarnya video di *platform Youtube* yang diunggah oleh *channel* Juragan Batik *Reborn* pada tanggal 29 Oktober 2018 dengan judul “*Lion Air JT-610* tersebut Mengerikan Hasil Rekaman *Blackbox*”. Video tersebut bukan isi rekaman dari *blackbox* *Lion Air JT-610* akan tetapi tanggapan seseorang terkait video MAP detik-detik pesawat hilang kontak. Sehingga judul konten tersebut tidak sesuai dengan isinya dapat dikategorikan sebagai konten disinformasi/*hoax*.<sup>14</sup>

Bukan hanya beberapa *Youtuber* di Indonesia saja yang memuat konten-konten negatif, salah satunya seorang *Youtuber* berasal dari *Los Angeles* yang berumur 21 tahun bernama *Tana Mongeau*, mengunggah video berdurasi 23 menit yang

---

<sup>13</sup> Atta Halilintar, diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=TYJuPmw7Mwk&t=2s>, pada tanggal 3 April 2019, pukul 3.15 WIB.

<sup>14</sup> Agus Yozami, *Hoax* Rekaman *Blackbox* JT610, diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5c1a398108e40/daftar-konten-hoax-yang-curi-perhatian-publik-di-2018>, pada tanggal 3 April 2019, pukul 15.33 WIB.

berjudul “*24 Hour Overnight Versace Mansion Challenge*”.<sup>15</sup> Di dalam video tersebut ada beberapa perkataan yang kurang baik untuk diutarakan di media publik, dan beberapa tingkah laku *Youtuber* tersebut tidak menggunakan pakaian, lalu memperlihatkan bahwa dirinya sedang mabuk dikarenakan efek alkohol dan menggunakan barang narkotika. Video lainnya yang menjadi viral diunggah oleh *Logan Paul* pada bulan Desember tahun 2018 lalu, seorang *Youtuber* yang berasal dari *Los Angeles*, Amerika Serikat yang berjudul “*We found a dead body in the Japanese Suicide Forest*”. Di dalam video tersebut memperlihatkan Paul dan teman-temannya pergi untuk membuat video di hutan bernama *Aokigahara* di kaki Gunung Fuji yang "berhantu" dikarenakan tempat tersebut memiliki reputasi sebagai tujuan orang yang ingin bunuh diri. Mereka menemukan tubuh pria yang sudah meninggal tetapi hanya membuat lelucon mengenai pria tersebut dan identitas orang yang meninggal tidak diketahui. Komentar para *viewers* mengatakan video yang telah ditonton sebanyak 6 juta *viewers* sangat tidak sopan dan menunjukkan perilaku yang sangat tidak pantas.

Dilihat dari video-video di atas yang memuat konten-konten negatif, seorang *viewers* dari manapun memiliki kebebasan untuk menonton video apapun yang berada di *platform Youtube*. Meskipun *Youtube* membuat peraturan mengenai *age restrictions and explicit contents* (diterjemahkan: batasan umur dan konten eksplisit), banyak *viewers* dibawah umur yang masih bisa mengakses video tersebut dan banyak masyarakat yang dengan mudah dan dirugikan oleh konten-konten yang memuat hal negatif tersebut. Di dalam kebijakan terkait ujaran kebencian di laman *Youtube* dicantumkan bahwa:<sup>16</sup>

“Kami mendukung kebebasan berbicara dan membela hak anda untuk menyatakan pandangan yang tidak populer. Namun, kami melarang ujaran kebencian. Perkataan yang mendorong kebencian mengacu pada konten yang menyerukan kekerasan atau bertujuan untuk menghasut kebencian

---

<sup>15</sup> *Tana Mongeau*, diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=YKU6K0FzBS0>, pada tanggal 3 April 2019, pukul 14.05 WIB.

<sup>16</sup> *Youtube*, Kebijakan Terkait Ujaran Kebencian, diakses dari [https://support.google.com/youtube/answer/2801939?hl=id&ref\\_topic=2803176](https://support.google.com/youtube/answer/2801939?hl=id&ref_topic=2803176), pada tanggal 17 April 2019, pukul 12.56 WIB.



terhadap individu atau kelompok berdasarkan atribut tertentu, seperti ras atau etnis asal, agama, disabilitas, jenis kelamin, usia, status veteran, orientasi seksual/identitas *gender*, status imigrasi, dan kewarganegaraan.”

Di dalam *Terms of Use Youtube* juga dilarang untuk mengunggah konten yang terdapat unsur pornografi, konten yang berbahaya yang dapat membuat anak dibawah umur terpengaruh, mengujar kebencian, tindakan kekerasan, *cyberbullying*, memberitahu data yang menyesatkan, ancaman, hak cipta, hak privasi seseorang, dan peniruan seseorang.<sup>17</sup> Dengan permasalahan ini, *viewers Youtube* masih menjadi pertanyaan apakah dapat dikategorikan sebagai konsumen menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, definisi mengenai konsumen menurut Pasal 1 angka 2 adalah:<sup>18</sup>

“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.”

Perbedaan istilah orang dan perseorangan dilihat menggunakan metode penafsiran sistematis, menurut Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang No. 16 Tahun 2001 tentang Yayasan mengatakan bahwa:<sup>19</sup>

“yang dimaksud dengan orang adalah orang perseorangan atau badan hukum.”

Dari definisi diatas terkandung dua unsur, yaitu (1) konsumen hanya orang dan (2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> *Youtube, Policies and Safety*, diakses dari <https://www.youtube.com/yt/about/policies/#community-guidelines>, pada tanggal 3 April 2019, pukul 15.19 WIB.

<sup>18</sup> Pasal 1 angka 2, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diakses dari [http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu\\_8\\_99.htm](http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_8_99.htm), pada tanggal 3 April 2019, pukul 14.07 WIB.

<sup>19</sup> Johannes Gunawan & Bernadette Waluyo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 2015, hlm. 1.

<sup>20</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi 2006*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006, hlm. 3.

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah:<sup>21</sup>

“Pelaku usaha 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”.

Dalam pengertian pelaku usaha tersebut, tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha luar negeri. Karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen membatasi orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk hukum maupun bukan berbadan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.<sup>22</sup> Di dalam perjanjian jual beli oleh pelaku usaha dan konsumen, tanggung jawab dilakukan secara Tanggung Jawab Kontraktual atau *Contractual Liability*, Tanggung Jawab Produk atau *Product Liability*, Tanggung Jawab Profesional atau *Professional Liability* dan Tanggung Jawab Komersial atau *Commercial Liability*.<sup>23</sup>

Maka dari itu, penelitian ini dibutuhkan untuk mengetahui apakah *viewers Youtube* dapat dikategorikan sebagai konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, dan apabila dapat dikategorikan sebagai konsumen, maka akan diteliti bagaimana perlindungan hukum *Youtube viewers* atas konten yang diunggah dan tanggung jawab pembuat konten atau *content creator* atas konten yang diunggah di *Youtube* berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>21</sup> Pasal 1 angka 3, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diakses dari <http://www.pom.go.id/pom/garam/KONSUMEN.pdf> pada tanggal 8 April 2019 pukul 22:10 WIB.

<sup>22</sup> Ahmadi Miru & Sutarnan Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2017, hlm. 8.

<sup>23</sup> Id., hlm. 2.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di dalam latar belakang, agar permasalahan dalam penelitian ini dapat dibahas secara sistematis maka permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum *Youtube viewers* atas konten yang diunggah oleh pembuat konten di *Youtube* berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana tanggung jawab pembuat konten (*Youtuber*) berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

## **3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum *Youtube viewers* atas konten yang diunggah oleh pembuat konten di *Youtube* berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui tanggung jawab atas konten yang diunggah oleh pembuat konten (*Youtuber*) berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## **4. Metode Penelitian**

Metode merupakan prosedur atau cara untuk mengetahui atau menjalankan sesuatu melalui langkah-langkah yang sistematis.<sup>24</sup> Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>25</sup> Metode penelitian yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah penulisan hukum dengan menggunakan metode yuridis normatif. Metode penelitian ini merupakan metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Johannes Gunawan, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 2009, hlm. 1.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta CV, Bandung, 2013, hlm. 11.

<sup>26</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke-11, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009, hlm. 13-14.

Pengertian lain metode penelitian hukum normatif menurut ajaran Hans Kelsen adalah usaha untuk mencari hukum yang lebih tinggi peringkatnya tidak dapat dilakukan tanpa batas, pada akhirnya harus sampai pada suatu batas, yaitu hukum yang tertinggi atau terakhir.<sup>27</sup> Ciri khas metode penulisan hukum yuridis-normatif ini menggunakan pola berpikir deduktif, yaitu dari umum ke khusus dan memiliki kriterium kebenaran koheren.<sup>28</sup> Data yang akan digunakan di dalam penelitian ini meliputi data sekunder, data primer, dan tersier yaitu:

- 1) Data primer yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, yurisprudensi yang berkaitan dengan pokok permasalahan, antara lain adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 16 Tahun 2001 tentang Yayasan dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 2) Data sekunder merupakan data yang digunakan dalam menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini melalui studi pustaka, pengertian para ahli, literatur-literatur dan buku-buku hukum.
- 3) Data tersier yang merupakan penjelasan tambahan atau dukungan data terhadap bahan hukum primer dan sekunder yang terdiri dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Ensiklopedia, internet dan lain-lain.

## **5. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan ini memuat uraian keseluruhan agar proposal ini lebih terarah dan jelas, maka penulisan ini dibagi kedalam beberapa bab dan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang permasalahan konten-konten yang berada di *Youtube*, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode penelitian dan diakhiri oleh sistematika penulisan.

---

<sup>27</sup>Supra note 24, hlm. 9.

<sup>28</sup>Johannes Gunawan, Teknik Penulisan Ilmiah, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 2010, hlm. 9.

## **BAB II TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Pada bab ini akan membahas lebih dalam mengenai definisi perlindungan konsumen, hukum perlindungan konsumen di Indonesia, asas-asas yang berlaku, serta tujuan perlindungan konsumen.

## **BAB III TINJAUAN UMUM *YOUTUBE* DAN KONTEN PADA *YOUTUBE***

Pada bab ini akan membahas mengenai apa itu aplikasi *Youtube* dan banyaknya konten-konten yang dibuat oleh yang dibuat oleh *Youtuber* dan beredarnya konten negatif di *platform Youtube*.

## **BAB IV ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN *YOUTUBE VIEWERS* DAN TANGGUNG JAWAB PEMBUAT KONTEN *YOUTUBE* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Pada bab ini akan membahas bagaimana pengklasifikasian *viewers* dan *Youtuber* sebagai konsumen dan pelaku usaha lalu perlindungan yang didapat oleh *Youtube viewers* atas konten-konten negatif yang dibuat dan diunggah oleh seorang *Youtuber* serta tanggung jawab *Youtuber* atas konten negatif yang diunggah di *Youtube* berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan yang didapat dari pembahasan dalam bab-bab sebelumnya serta mengemukakan saran yang dianggap perlu dan penyelesaian berdasarkan permasalahan di dalam penelitian ini.