

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS HUKUM

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan
Tinggi

Nomor : 429/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**TANGGUNG JAWAB *SNAP INC.* TERHADAP KERUGIAN YANG
DITIMBULKAN OLEH IKLAN DALAM APLIKASI *SNAPCHAT*
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

OLEH:

RIANTI SYAFIRA KHAIRINA

NPM: 2013 200 296

PEMBIMBING SKRIPSI

(PROF. DR. JOHANNES GUNAWAN, S.H.,LL.M.)



PENULISAN HUKUM

DISUSUN SEBAGAI SALAH SATU KELENGKAPAN
UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

No. Kode	: SKP - FH - KHA E/17	2017
Tanggal	: 11 Mei 2018	
No. Ind.	: 4041 - FH / SKP 35774	
Disiplin	:	
Departemen / Beli	: Fakultas Hukum	

Disetujui Untuk Diajukan Dalam Sidang
Ujian Penulisan Hukum Fakultas Hukum
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing



(PROF. DR. JOHANNES GUNAWAN, SH., LL.M.)

Dekan



(Dr. Tristam P. Moeliono, S.H.,M.H.,LL.M.)



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

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

Nama : Rianti Syafira Khairina

NPM : 2013-200-296

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

**TANGGUNGJAWAB *SNAP INC.*, TERHADAP KERUGIAN YANG
DITIMBULKAN OLEH IKLAN DALAM APLIKASI SNAPCHAT
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Adalah sungguh-sungguh merupakan 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 ada paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 12 Desember 2017

Mahasiswa Penyusun Karya Penulisan Hukum



Rianti Syafira Khairina

2013-200-296

ABSTRAK

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi serta terciptanya Internet mendorong terjadinya proses Globalisasi menjadi lebih cepat. Terjadinya proses Globalisasi ini memberikan pengaruh terhadap kehidupan manusia, pengaruh yang diberikan dapat dirasakan pada hampir seluruh bidang kehidupan manusia baik dalam bidang sosial, ekonomi maupun budaya. Hal ini kemudian membawa kehidupan manusia kearah yang lebih modern dan lebih maju, membuat manusia memiliki wawasan yang luas dan kaya akan informasi. Manusia modern identik dengan kehidupan yang serba *simple* dan instan, dengan segala kemajuan dan perubahan yang terjadi membuat manusia mampu menciptakan berbagai hal yang dapat memudahkan manusia dalam menjalani hidup sehari-hari. Sebagai salah satu contoh dari hal yang mampu diciptakan manusia untuk memudahkan kehidupan adalah telepon genggam yang sekarang ini telah mengalami inovasi dan dikenal dengan sebutan "*smartphone*". *Smartphone* merupakan alat komunikasi yang di dalamnya terdapat aplikasi-aplikasi pendukung yang membedakan *smartphone* dengan telepon genggam terdahulu. Aplikasi dalam *smartphone* yang diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah kehidupan manusia melalui satu sentuhan ini wajib mengikuti segala aturan hukum dan norma yang berlaku di masyarakat. Meskipun demikian pada kenyataannya masih terdapat Pelaku Usaha yang memproduksi Aplikasi untuk *smartphone* yang melanggar aturan hukum dan norma yang berlaku di masyarakat. Hal ini kemudian menimbulkan banyak permasalahan hukum yang dapat dikaji lebih dalam untuk diketahui kepastian hukumnya seperti yang dilakukan dalam Penulisan Hukum ini. Penulisan Hukum ini mengkaji tentang Aplikasi *Snapchat* serta tanggungjawab *Snap Inc.* sebagai Pelaku Usaha Media Sosial dan Teknologi yang dikaitkan dengan Peraturan tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas Kehendak dan limpahan Rahmatnya Penulis dapat menyelesaikan Penulisan Hukum yang berjudul:

**“Tanggungjawab Snap Inc., Terhadap Kerugian Yang Ditimbulkan
Oleh Aplikasi Sanpchat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8
Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**

Penulisan Hukum ini merupakan hasil karya Penulis yang Penulis dedikasikan untuk seluruh pihak yang memegang peran penting dalam proses pencarian jati diri Penulis semasa menempuh pendidikan S1 di Fakultas Hukum Univeristas Katolik Parahyangan dan di dalam proses Penulisan Hukum ini.

Pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Bapak **Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H.,LL.M** selaku Dosen Pembimbing yang dengan kemurahan hatinya telah memberikan arahan, bantuan dan meluangkan waktu untuk membimbing Penulis sehingga Penulisan Hukum ini dapat terselesaikan. Ucapan Terima Kasih tak terhingga juga Penulis ucapkan kepada:

1. **Ibu Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H.,M.H.,CN** selaku Dosen Penguji dalam sidang akhir dan **Bapak Aluisius Dwi Rachmanto** selaku Dosen Pembimbing Proposal sekaligus Penguji dalam sidang akhir Penulis. Terima kasih atas segala bantuan, saran dan waktu yang telah Ibu dan Bapak berikan
2. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan Penulis berbagai Ilmu yang bermanfaat bagi Penulis selama perkuliahan.

3. Seluruh Staff Tata Usaha dan Pekarya Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang secara langsung dan tidak langsung juga membantu kelancaran Penulisan Hukum ini.

Ucapan Terima Kasih lainnya juga Penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam kehidupan Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan Penulisan Hukum ini sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana, Kepada:

1. Keluarga Penulis yang Penulis sayangi dan cintai (**Okky Iskandar, Meddina Sidonia, Pasha Anggana Pratama, Hernowo Hadiprodjo, Titi Adriaty Hernowo, Marquise Rubi Rosa, Laksmi Widiyanti, Keira Alleajanna dan Roxas Reyhan**) yang senantiasa memberikan semangat, nasihat, dukungan dan doa kepada Penulis sehingga Penulis selalu bersemangat dalam menjalani hidup dan mampu menyelesaikan studi serta menyelesaikan Penulisan Hukum ini.
2. **Muhammad Azyhari Nasution, S.H.**, yang sejak awal pembuatan Penulisan Hukum ini selalu memberikan semangat, motivasi dan doa kepada Penulis sehingga Penulis bersemangat dalam menjalani semester akhir sebagai mahasiswa dan dapat menyelesaikan Penulisan Hukum ini. *Thank you for giving me something to look forward to #1.*
3. **Nadira Nabila Nasution S.Ikom, Aisya Rania S.H., Joeliast Magrie Arwin S.E., Alesia Mabellamie, Nito Adhi Tri Putra dan Fadli Ardiansyah**, sahabat-sahabat baik Penulis di Jakarta yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada Penulis setiap kali Penulis merasa jenuh menjalani kehidupan di Bandung.
4. **Nadya Nur Azizah**, sahabat Penulis sejak semester 1 yang selalu ada untuk Penulis disaat senang maupun sedih, yang selalu siap sedia membantu Penulis dan memahami kehidupan Penulis. **Sandra Augusta** sahabat Jkt-Bdg, Bdg-Jkt Penulis yang paling mengerti isi hati Penulis dan setia mendengarkan curhatan Penulis. **Annisa Luthfillah** sahabat Penulis yang paling mandiri, yang selalu dapat diandalkan disaat Penulis membutuhkan pertolongan. **Alita Biyanti dan Bernando Halauwet**, dua

sahabat Penulis yang selalu menyusahkan Penulis tapi selalu ada untuk menghibur dan mendengarkan curhatan Penulis. **Banta Ryoji, Khalif San Bayo dan Dimas Gilang** sahabat Penulis yang dapat diandalkan dalam hal kuliner. **The Maple Taibabi** sahabat satu atap sekaligus keluarga kedua Penulis yang selalu mengisi hari-hari Penulis sejak awal tinggal di Kost The Maple Place 181 dan memberikan semangat serta doa kepada Penulis sejak awal Penulisan Hukum ini dibuat, terima kasih atas segala suka dan dukanya selama kita tinggal bersama.

5. **Adinda Maharani** sahabat seperjuangan Penulis yang hidupnya paling berliku, yang mengerti isi hati Penulis, yang selalu mendukung dan membantu Penulis dalam segala hal . **Andhika Primastya** sahabat Penulis yang selalu *update* tentang kehidupan Penulis dan selalu ada untuk Penulis. **Arrum Mawarni** sahabat Penulis sejak semester 1 yang mengajarkan serta menginspirasi Penulis untuk hidup dan bertindak sesuai kata hati dan apa adanya. **Raudhah Mariyah Ulfha** sahabat seperjuangan Penulis yang selalu memberi motivasi berdasarkan buku motivasi yang ia baca, *partner* olahraga Penulis satu-satunya yang mau hidup sehat. **Cut Farrah Dhiba** sahabat Penulis yang hobi marah dan selalu galak tapi selalu mempunyai saran yang *wise* dan patut didengarkan. **Olivia Bella S.H.**, sahabat Penulis yang paling positif, senasib dan seperjuangan dalam hal percintaan, yang selalu mendukung dan memberikan nasihat kepada Penulis. **Joselyne Lesmana**, sahabat Penulis yang Penulis banggakan karena merupakan sahabat yang *out of the box*. **Praisyy**, sahabat Penulis yang selalu menghibur Penulis dengan kebaikan hatinya dan selalu mengajarkan Penulis untuk “bernada”. **Princessa**, sahabat Penulis yang paling paling. **Moelyanti**, sahabat Penulis yang selalu membuat Penulis tertawa dan terhibur setiap kali bertemu. **Bella Nurfadhillah dan Viona Amalia** dua sahabat Penulis sejak semester 1 yang baik hati, tidak sombong dan selalu setia menjadi sahabat Penulis. Anak-anak “Arisan Orang Kaya” yang Penulis sayangi dan cintai yang membuat Penulis bersemangat dalam menjalankan pendidikan di Universitas Katolik

Parahyangan, terima kasih atas segalanya, terima kasih atas waktu, tenaga, pundak dan telinga kalian yang tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah Penulis setiap hari.

6. **Andrew Ryan, Adri Arasyarif, Jody Sandwiadji, Jodie Mahendra, Martin Parlinggoman, Arka Dwiputra, Alfrey Merizha, Masanger Junio, Adam Abdurrachman dan Luthfi Anindito** sahabat-sahabat Penulis yang selalu menghibur, memberikan semangat dan selalu dapat diandalkan sebagai sahabat laki-laki, terima kasih dan semoga kalian dapat menjadi lelaki seutuhnya.
7. Ring 1 Himpunan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan Periode 2016/2017 (**Aziz Dwi Rizky, S.H., Bunga Dwi Lestari, S.H., Aviona Kardjundi, Vinka Rinjani, Adinda Maharani, Rafdi Ghani, Daniel Horas Hamonangan, 'Ugani Sianipar, Frenly Hutabarat, Elvira Meilariny, Louis, Fadil Malik, Shavril Aurian, Fauzan Rizky, Alvin Derin, Dewi Galih, Tizia Sadarusman, Faiz Oktavio, Karen Kuntoro, S.H., Viona Amalia, Cut Avivah, S.H.**) sahabat-sahabat seperjuangan Penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada Penulis sehingga Penulis bersemangat menjalankan pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan, terima kasih karena kalian telah mengajarkan Penulis bekerja dalam Tim yang hebat dan peduli dengan sesama.
8. **Sasha Alfiansyah, Yasmin Nur Fairuz, Shinta Sembiring dan Bianca Pangau** adik-adik angkatan 2015 yang baik hati dan tidak sombong serta penurut yang Penulis sayangi, terima kasih sudah menjadi adik-adik yang menghibur.
9. Seluruh Angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan, doa dan kebersamaannya selama ini, semoga kita dapat berkumpul kembali dalam keadaan sehat dan bahagia.

Bandung, 12 Desember 2017

Rianti Syafira Khairina

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	10
3. Tujuan Penelitian	10
4. Kegunaan Penelitian.....	11
5. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	11
6. Sistematika Penulisan	13

BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN UNDANG- UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	15
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	18
3. Konsumen	
3.1 Pengertian konsumen	21
3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen	25
4. Pelaku Usaha.....	
4.1 Pengertian Pelaku Usaha.....	28
4.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	29
4.3 Larangan Bagi Pelaku Usaha	31
4.4 Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	33
5. Penyelesaian Sengketa Konsumen	37

BAB III TINJAUAN UMUM MENGENAI APLIKASI *SNAPCHAT* SERTA IKLAN YANG MERUGIKAN KONSUMEN

1. <i>Snapchat</i>	
1.1 Pengertian <i>Snapchat</i>	47
1.2 Tujuan Dan Fungsi Aplikasi <i>Snapchat</i>	49
2. Pemasangan Iklan Dalam Aplikasi <i>Snapchat</i>	
2.1 Pengertian Iklan	50
2.2 Tujuan dan Fungsi Iklan	53
2.3 Media Sosial dan Periklanan.....	55
2.4 Iklan Dalam Aplikasi <i>Snapchat</i>	59
3. Para Pihak Dalam Aplikasi <i>Snapchat</i> dan Kaitannya dengan Iklan.....	
3.1 Pihak <i>Snap Inc.</i> sebagai Pelaku Usaha.....	61
3.2 Pihak Pengguna sebagai Konsumen.....	62
3.3 Pihak Pengguna sebagai Pengiklan Dalam Aplikasi <i>Snapchat</i>	63
3.4 Kerugian Yang Timbul Akibat Iklan Dalam Aplikasi <i>Snapchat</i>	63

BAB IV ANALISIS YURIDIS TENTANG TANGGUNGJAWAB *SNAP INC.* TERHADAP KERUGIAN YANG DITIMBULKAN OLEH APLIKASI *SNAPCHAT* BERDASARKAN UNDANG- UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Pengantar.....	67
2. Status Para Pihak Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....	68
3. Hubungan Para Pihak Dalam Aplikasi <i>Snapchat</i>	71
4. Hak Konsumen Dan Kewajiban Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang	

Perlindungan Konsumen.....	72
5. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....	76
6. Analisis Kerugian Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....	78

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan	84
2. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang dirasakan sekarang ini membuat masyarakat mengalami perubahan-perubahan dalam berbagai bidang kehidupan, baik bidang sosial, ekonomi maupun budaya. Perubahan yang terjadi tidak terlepas dari penerapan Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) karena IPTEK merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi dan merubah kehidupan manusia dalam waktu yang singkat. Globalisasi sendiri adalah proses masuknya ke ruang lingkup dunia¹. Dapat diartikan bahwa globalisasi adalah suatu proses yang menyeluruh atau mendunia dimana setiap orang tidak terikat oleh negara atau batas-batas wilayah, artinya setiap individu dapat terhubung dan saling bertukar informasi dimanapun dan kapanpun melalui media elektronik maupun cetak. Produk globalisasi salah satunya adalah Internet. Internet adalah produk globalisasi sekaligus penggerak (katalis) yang menghubungkan para pengguna komputer di seluruh dunia.²

Dengan adanya kemajuan IPTEK membuat proses globalisasi menjadi lebih cepat dan membuat seluruh dunia mengalami perubahan. Kemajuan IPTEK juga mendukung perubahan-perubahan yang terjadi diberbagai bidang kehidupan, selain itu juga memungkinkan manusia untuk menciptakan temuan baru setiap hari bahkan setiap waktu, baik temuan berupa ilmu maupun peralatan canggih. Temuan baru yang dibuat manusia sebagai dampak dari globalisasi merupakan temuan-temuan yang dapat mempermudah kehidupan manusia sehari-hari.

Indonesia pun turut mengalami kemajuan IPTEK sehingga jelas bahwa Indonesia tidak terhindar dari pengaruh globalisasi. Sebagai contoh adalah

¹ <http://kbbi.web.id/globalisasi> diakses pada pukul 22:00 WIB tanggal 7 September 2017

² <https://id.wikipedia.org/wiki/Globalisasi#Internet> diakses pada pukul 22:00 WIB tanggal 7 September 2017

sejak ditemukannya Internet yang dikembangkan pada tahun 1969. Internet (*Inter-Network*) adalah sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, Pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia.³ Sejak dikembangkannya Internet membuat komunikasi lintas negara menjadi jauh lebih mudah untuk dilakukan. Komunikasi lintas negara ini kemudian membuat masyarakat dari berbagai negara dapat berkomunikasi, saling mengenal, bertukar pikiran bahkan memberikan pengaruh kebudayaan dari masing-masing negara yang memiliki latar belakang kebudayaan berbeda. Internet membuat perubahan di berbagai bidang kehidupan manusia, dalam hal sosial Internet memudahkan terjalinnya hubungan antara masyarakat dari berbagai negara, dalam hal ekonomi Internet memudahkan interaksi antar negara sehingga kegiatan ekspor-impor menjadi lebih mudah bahkan kini dengan adanya *online shop* dan kemudahan pengiriman barang lintas negara membuka banyak peluang perekonomian yang menguntungkan baik bagi negara maupun untuk meningkatkan taraf kehidupan, dalam hal budaya Internet membuat masyarakat dari suatu negara dapat mengetahui kebudayaan di berbagai negara lainnya dengan mudah, tidak dapat dipungkiri beberapa kebudayaan mungkin menarik perhatian masyarakat negara lain sehingga memungkinkan terjadi peniruan dan kemudian terjadi perubahan kebudayaan.

Kemajuan IPTEK serta adanya Internet mendorong manusia mampu menghasilkan berbagai alat canggih yang dapat mempermudah kehidupan manusia, salah satu contohnya adalah *gadget*. *Gadget* adalah suatu peranti atau instrumen yang memiliki tujuan dan fungsi praktis yang secara spesifik dirancang lebih canggih dibandingkan

³ http://zalzondabuzz.com/tadroid/upload/pengenalan_Internet.pdf diakses tanggal 7 September 2017 pada pukul 22:25 WIB

dengan teknologi yang diciptakan sebelumnya⁴, contoh dari *gadget* adalah telepon pintar atau yang kita kenal dengan sebutan *smartphone*. *Smartphone* merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer⁵. Bagi beberapa orang, *smartphone* merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel pintar hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surat elektronik (surel), Internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik dengan layar sentuh (*touch screen*) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, *smartphone* merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Di dalam sebuah *smartphone*, terdapat aplikasi-aplikasi yang mendukung daya guna dari sebuah *smartphone* sekaligus menjadi hal utama yang membedakan *smartphone* dari jenis telepon terdahulu. Aplikasi pendukung *smartphone* yang banyak digunakan adalah aplikasi *games*, aplikasi belanja *online*, aplikasi untuk mengedit foto atau video, aplikasi petunjuk arah, aplikasi pemesanan transportasi *online*, aplikasi untuk mengunduh dan mendengarkan lagu dan yang paling banyak digunakan untuk berkomunikasi sehari-hari adalah aplikasi media sosial. Aplikasi media sosial sendiri menjadi sebuah fenomena yang luar biasa jika dilihat pengaruhnya terhadap perkembangan masyarakat.

Menurut *Chris Brogan* dalam bukunya ia mengatakan bahwa definisi dari media sosial adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.⁶ Aplikasi media sosial merupakan bentuk perkembangan dari teknologi-teknologi berbasis Internet. Aplikasi media sosial berfungsi untuk mempermudah terjalinnya interaksi antar masyarakat baik sesama masyarakat

⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/Gawai> diakses tanggal 7 September 2017 pada pukul 22:26

⁵ https://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas diakses pada tanggal 7 September 2017 pukul 22:27

⁶ *Chris Brogan. Social Media 101 : Tactics and Tips To Develop Your Business Online (John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2010) Page 51.*

Indonesia maupun interaksi antara masyarakat lintas negara. Setiap aplikasi media sosial mempunyai cara kerja yang berbeda tetapi memiliki kesamaan tujuan yaitu menghubungkan para pengguna aplikasi yang berada di tempat-tempat berbeda yang tersebar diseluruh penjuru dunia. Contoh aplikasi media sosial antara lain adalah Instagram, Path, LinkedIn, Twitter, Facebook, *Snapchat* dan lain sebagainya. Masing-masing sosial media tersebut memiliki cara kerja yang berbeda, seperti *Snapchat* yang memberikan pengalaman baru bagi pengguna sosial media dengan menggabungkan sistem berkirim pesan menggunakan foto atau video, pengguna juga dapat menambahkan gambar atau stiker di dalam pesan tersebut. Hal ini menarik minat masyarakat karena *Snapchat* menawarkan hal baru yang berbeda dalam aplikasinya.

Pada dasarnya *Snapchat* memiliki fungsi yang sama seperti media sosial lainnya hanya saja *Snapchat* mempunyai kelebihan lain yang membuatnya menjadi salah satu media sosial paling diminati oleh masyarakat dunia. *Snapchat* membuat interaksi yang dilakukan melalui aplikasi lebih menarik karena pengguna dapat mengirimkan pesan berupa foto atau video yang berdurasi 1-10 detik dan hanya berlangsung selama rentan waktu tertentu segera setelah pesan dibuka, pesan tersebut hilang dan tidak dapat dibuka kembali. Fungsi lain dari *Snapchat* adalah sebagai media beriklan, cara penyajian iklan yang dipublikasikan dalam aplikasi *Snapchat* berbeda dari penyajian iklan-iklan yang ada pada media sosial lainnya karena iklan di dalam aplikasi *Snapchat* dibuat semenarik mungkin dengan menggunakan musik, gambar bergerak, video singkat, filter lokasi, filter *snap & drive*, dan melalui filter unik lainnya yang dapat digunakan para pengguna ketika akan membuat foto atau video.

Aplikasi *Snapchat* sendiri adalah aplikasi pesan foto yang dikembangkan oleh *Evan Spiegel, Bobby Murphy dan Reggie Brown* aplikasi ini berada dibawah satu perusahaan bernama *Snapchat Inc.* dengan *Snapchat* sebagai satu-satunya produk dari perusahaan tersebut pada waktu itu kini *Snapchat*

Inc. telah berganti nama menjadi *Snap Inc.*, setelah berhasil mengeluarkan produk lain berupa kacamata yang diberi nama Spectacles. Seiring berjalannya waktu aplikasi *Snapchat* mendapat respon positif dari masyarakat sehingga pada tahun 2017 *Snap Inc.*, telah menawarkan sahamnya kepada publik. *Snap Inc.*, sudah mendaftarkan *initial public offering (IPO)* pada akhir Januari 2017 dan resmi melantai pada bursa saham New York pada tanggal 3 Maret 2017 dengan \$24 perlembarnya. *Snapchat* “menjual” kelebihanannya untuk *initial public offering (IPO)* berupa 158 juta pengguna aktif pada akhir 2016 dan sekitar 2,5 miliar foto *snap* yang dibuat setiap hari. Pengguna aktif *Snapchat* ini menjadi daya tarik bagi para investor dan pihak pengiklan di dalam *Snapchat*, karena target pemasaran secara otomatis akan bertambah seiring pertambahan pengguna aplikasi *Snapchat*.

Aplikasi *Snapchat* selain berfungsi sebagai media komunikasi, kini dimanfaatkan juga oleh para pelaku usaha sebagai media beriklan, terdapat 2 macam bentuk kerjasama terkait iklan di dalam aplikasi ini, yang pertama adalah iklan yang dapat dibuat sendiri oleh pelaku usaha dengan syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh pihak *Snapchat*, yang kedua antara *Snapchat* dengan penerbit media terkenal. *Snapchat* membentuk fitur baru yaitu *Discover* yang memuat artikel dari berbagai penerbit yang telah bekerjasama dengan *Snapchat*, seperti ESPN, *Daily mail*, *Cosmopolitan*, VICE, *People* dan lain-lainnya. Fitur ini dibuat dengan tujuan untuk menambah daya tarik aplikasi *Snapchat* sehingga mendapat perhatian lebih dari para pengguna *Snapchat* terutama kalangan anak muda yang aktif menggunakan *Snapchat* untuk tetap mengetahui berita-berita terbaru melalui aplikasi *Snapchat* yang sekarang ini banyak digunakan oleh masyarakat. Terjalannya hubungan antara *Snapchat*, Iklan dan Media yang bekerjasama dengan *Snapchat* membuat *Snapchat* memiliki daya tarik tambahan dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi *Snapchat*, dengan bertambahnya pengguna aktif kemudian membuat *Snapchat* semakin diminati untuk dijadikan tempat beriklan bahkan diminati para investor.

Hal-hal di atas kemudian menimbulkan permasalahan karena pada praktiknya iklan yang berupa *speed filter* dan *geofilter* di dalam aplikasi *Snapchat* serta artikel yang diterbitkan dalam fitur *Discover* dapat menimbulkan kerugian bagi para penggunanya. Kerugian yang sudah pernah terjadi sebagai contoh adalah yang dialami oleh seorang remaja berusia 18 tahun di New York, ia sedang mengendarai mobilnya dengan kecepatan tinggi untuk kemudian dipamerkan dalam aplikasi *Snapchat* dengan menggunakan *speed filter*⁷, hal serupa sudah pernah terjadi beberapa kali dan memakan korban bahkan pada beberapa kejadian menyebabkan korban tewas. Sejak munculnya *speed filter*, *Snapchat* menuai banyak protes dari masyarakat, bahkan masyarakat Amerika sempat membuat aksi dan mencari dukungan dengan slogan “*Don't Snap and Drive*” sebagai bentuk protes mereka terhadap aplikasi *Snapchat*. Hal ini dikarenakan *speed filter* dianggap memicu para pengguna *Snapchat* untuk mengendarai kendaraannya dengan kecepatan tinggi agar menarik perhatian para *followers*⁸ terlebih lagi *Snapchat* akan memberikan “reward” berupa tropi dalam aplikasi *Snapchat*. Selain *speed filter* masalah lain juga muncul dari *geofilter* yang memungkinkan para pengguna untuk memberi informasi lokasi dimana ia berada, hal ini juga dapat memicu penyalahgunaan aplikasi karena bukan tidak mungkin hal tersebut dapat dijadikan alat pelacak. Masalah lain juga muncul dari fitur baru *Snapchat* yaitu *Discover*, fitur ini berlaku umum, berarti seluruh pengguna aplikasi *Snapchat* yang tersebar di seluruh dunia, berapapun usianya dapat mengakses dan melihat iklan atau artikel tersebut. Tidak jarang konten iklan dan artikel diterbitkan tidak sesuai dengan etika periklanan di Indonesia dan tidak tertuju pada konsumen dengan usia yang pantas untuk melihat iklan dan artikel atau pemberitaan yang diterbitkan dalam aplikasi *Snapchat*. Etika periklanan yang berlaku di

⁷ <http://jalopnik.com/teen-was-using-Snapchats-speed-filter-before-devastatin-1773697929> diakses pada tanggal 2 September 2017 09.00 WIB

⁸ <https://www.ebsnews.com/news/Snapchat-speed-filter-growing-concern-car-crashes-distraction/> diakses pada tanggal 2 September 2017 pukul 09.00 WIB

Indonesia antara lain memuat aturan tentang keharusan untuk jujur, berarti tidak memuat konten yang tidak sesuai dengan kondisi produk yang diiklankan; tidak memicu konflik SARA; tidak mengandung pornografi; tidak bertentangan dengan norma-norma yang berlaku; tidak melanggar etika bisnis seperti saling menjatuhkan produk tertentu dan sebagainya ; dan tidak plagiat⁹. Selain itu di dalam *terms of service* aplikasi *Snapchat* terdapat ketentuan mengenai batasan umur bagi pengguna yang dapat menggunakan aplikasi *Snapchat*, yaitu minimum usia 13 tahun akan tetapi tidak ada verifikasi lebih lanjut ketika seseorang akan membuat akun untuk mengakses aplikasi *Snapchat* sehingga bukan tidak mungkin anak-anak dibawah usia 13 tahun dapat membuat akun dan menggunakan aplikasi *Snapchat* dan berinteraksi melalui aplikasi tersebut. Meskipun demikian, batasan minimum 13 tahun yang diterapkan *Snapchat* masih dirasa kurang tepat, mengingat konten iklan dan artikel di dalam aplikasi *Snapchat* yang mengandung unsur dewasa sehingga untuk usia anak 13 tahun pun dirasa masih kurang tepat untuk dapat mengakses hal-hal yang mengandung unsur dewasa. Berdasarkan peraturan yang berlaku di Indonesia yang mengatur tentang usia dewasa meskipun terdapat perbedaan di setiap undang-undangnya namun seseorang dapat dikatakan dewasa apabila mencapai usia minimal 16 tahun sementara di dalam *terms of service* aplikasi *Snapchat* batas usia minimal untuk dapat menggunakan aplikasi adalah 13 tahun.

Pembahasan mengenai perkembangan zaman hingga pembahasan mengenai *Snapchat* membuktikan bahwa sekarang ini hubungan lintas negara menjadi semakin mudah dan mengakibatkan banyak terjadi perubahan dalam kehidupan masyarakat. Hal ini kemudian menuntut Pemerintah Indonesia untuk membuat pengaturan-pengaturan khusus tentang berbagai hal agar tidak terjadi kekosongan hukum, karena pada dasarnya hukum harus bersifat dinamis. Bersifat dinamis artinya hukum harus mengikuti perkembangan zaman. Salah satu fungsi dari adanya hukum adalah tercapainya keteraturan dalam kehidupan

⁹ Dewan Periklanan Indonesia. Etika Pariwisata Indonesia (edisi ke 2 cetakan ke 1, Dewan Periklanan Indonesia, 2014) hlm. 23

manusia di dalam masyarakat. Keteraturan ini yang menyebabkan orang dapat hidup dengan kepastian, artinya orang dapat mengadakan kegiatan-kegiatan yang diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat karena ia dapat mengadakan perhitungan tentang apa yang akan terjadi atau apa yang bisa ia harapkan¹⁰. Jika dihubungkan dengan dunia usaha, kepastian yang demikian diperlukan karena tanpa kepastian tidak mungkin diadakan perhitungan-perhitungan yang diperlukan dalam dunia usaha.¹¹

Pengaturan secara khusus terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan terhadap konsumen sebenarnya telah diatur di dalam setiap peraturan perundang-undangan yang melibatkan masyarakat sebagai konsumen, namun diperlukan pengaturan secara khusus yang dapat dijadikan sebagai payung hukum dari segala peraturan terkait perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan terhadap konsumen jika dipandang secara materil maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat semakin berkemangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumen yang akan merasakan dampaknya.¹² Dengan demikian, upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen.¹³

¹⁰ Prof.Dr.Mochtar Kusumaatmadja, S.H., LL.M. & Dr.B.Arief Sidartha, S.H. Pengantar Ilmu Hukum Suatu Pengenalan Pertama Ruang Lingkup Berlakunya Ilmu Hukum (P.T.Alumni, Bandung, 2009) hlm. 49

¹¹ Id, hlm 50

¹² Celina Tri Siwi Kristiyanti.Hukum Perlindungan Konsumen (Sinar Grafika,Jakarta, 2008) hlm. 5

¹³ Ari Purwadi. Aspek Hukum Perdata Pada Perlindungan Konsumen (Yuridika, Majalah Fakultas Hukum Universitas Airlangga nomor 1 dan 2 Tahun VII, Januari-Februari) hlm. 49

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dikatakan bahwa definisi dari konsumen adalah

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.

dalam pembahasan penelitian ini pengguna aktif *Snapchat* selanjutnya dapat disebut sebagai konsumen. Sementara berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dikatakan bahwa definisi dari Pelaku Usaha adalah

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.

Maka *Snap Inc.*, selanjutnya dapat disebut sebagai pelaku usaha. Kemudian pada Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen huruf f tentang Perbuatan yang Dilarang dikatakan bahwa

Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan

Selain itu pada Pasal 20 diatur tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha yang mengatakan bahwa

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut

Pengaturan lain yang berlaku di Indonesia dan terkait dengan penelitian ini adalah Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada Pasal 4 tentang Asas dan Tujuan ITE serta Pasal 27 tentang

Perbuatan yang Dilarang terkait isi konten dari informasi dan/atau dokumen elektronik.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas Penulis menemukan permasalahan hukum, yaitu dengan semakin banyaknya aplikasi-aplikasi berbasis Internet yang ramai peminat membuat semakin banyak celah kemungkinan terjadinya pelanggaran hukum yang berakibat pada kerugian yang dapat dialami oleh pengguna aplikasi. Apabila timbul kerugian yang dialami oleh konsumen akibat penggunaan suatu produk/jasa yang diproduksi/dihasilkan oleh pelaku usaha maka sudah seharusnya pelaku usaha yang bertanggungjawab atas kerugian yang timbul namun mengenai bagaimana bentuk pertanggungjawaban dari pihak pelaku usaha yang bergerak di bidang aplikasi media sosial tersebutlah yang dirasa perlu untuk dicari jawabannya dan akan dibahas dalam penelitian ini.

¹⁴ UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Pasal 4 tentang Asas dan Tujuan

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;
- d. membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e. memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.”

Pasal 27 tentang Perbuatan yang Dilarang (terkait isi konten)

- (1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
- (2) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian.
- (3) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.
- (4) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman.”

2. Rumusan Masalah

Bagaimana Pertanggungjawaban Snap Inc Terhadap Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Iklan Dalam Aplikasi *Snapchat* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi *Snapchat* mendapat kepastian mengenai bagaimana bentuk pertanggungjawaban yang dapat dimintakan kepada pihak Snap Inc apabila terjadi kerugian yang dialami oleh Pengguna aplikasi *Snapchat*.

4. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis, dapat memberikan sumbangan Ilmu Pengetahuan khususnya dalam Hukum Perlindungan Konsumen mengenai bagaimana bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha yang bergerak di bidang Aplikasi Media Sosial dalam hal ini Aplikasi *Snapchat* menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk kemudian dapat dimintakan pertanggungjawaban apabila konsumen merasa dirugikan.
- b. Secara Praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan agar menjadi acuan bagi kita Warga Negara Indonesia tidak hanya yang mengetahui bidang hukum, tetapi juga dapat memberikan sumbangan pikiran bagi praktisi hukum sekaligus memberi perlindungan pada hal tersebut serta dapat membantu menyelesaikan perkara sengketa di bidang hukum Perlindungan Konsumen.

5. Metode Penelitian

Dalam hal mengerjakan penelitian ini Penulis menggunakan metode penelitian Yuridis-Normatif. Metode Penelitian Yuridis-Normatif adalah metode atau cara yang dipergunakan di dalam penelitian hukum yang

dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.¹⁵ Tahapan pertama penelitian hukum normatif adalah penelitian yang ditujukan untuk mendapatkan hukum obyektif (norma hukum), yaitu dengan mengadakan penelitian terhadap masalah hukum. Tahapan kedua penelitian hukum normatif adalah penelitian yang ditujukan untuk mendapatkan hukum subjektif (hak dan kewajiban)¹⁶. Dalam penelitian hukum yuridis normatif, metode pengumpulan data terbagi ke dalam 3 macam yaitu:

1. Bahan Hukum Primer seperti bahan-bahan yang mengikat, seperti peraturan perundang-undangan. Sehingga untuk meneliti permasalahan hukum yang terjadi, maka bahan primer yang akan dipakai adalah :
 - a. Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
2. Bahan Hukum Sekunder seperti bahan-bahan yang memberikan penjelasan terhadap hukum primer, seperti pendapat para ahli yang dimuat dalam buku-buku terkait Perlindungan Konsumen. Buku yang digunakan antara lain buku tentang Media sosial, buku Etika Pariwisata Indonesia yang dibuat oleh Dewan Periklanan Indonesia, buku Hukum Perlindungan Konsumen karangan Celina Tri Siwi Krstiyanti, buku Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat karangan Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. Jurnal tentang Aspek Hukum Perdata Pada perlindungan Konsumen dari Fakultas Hukum Universitas Airlangga.
3. Bahan Hukum Tersier bahan-bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

¹⁵ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat Cetakan ke 11 (PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009) hlm.13-14.

¹⁶ Hardijan Rusli. Metode Penelitian Hukum Normatif: Bagaimana (Law Review Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, Volume V No. 3, Jakarta, 2006) hlm.50

Di dalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan. Dengan pendekatan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya. Macam-macam pendekatan yang digunakan di dalam penelitian hukum adalah¹⁷ pendekatan undang-undang (*statute approach*); Pendekatan kasus (*case approach*); Pendekatan historis (*historical approach*); Pendekatan komparatif (*comparative approach*); dan Pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Penelitian yang dilakukan oleh Penulis lebih ditujukan kepada pendekatan undang-undang. Pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.

6. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini akan berisi pendahuluan mengenai uraian latar belakang masalah yang menjadi dasar penulisan. Kemudian berdasarkan latar belakang masalah tersebut dibuat rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Selain itu bab ini juga menjelaskan tentang metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pembahasan pada bab ini akan berkaitan dengan analisis tentang definisi pelaku usaha, definisi konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen serta pembahasan tentang tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia.

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009 hlm. 93

BAB III: TINJAUAN UMUM MENGENAI APLIKASI *SNAPCHAT* SERTA IKLAN YANG MERUGIKAN KONSUMEN

Bab ini akan membahas tinjauan umum tentang *Snapchat*, pembahasan terkait dengan pengertian *Snapchat*, tujuan dan fungsi aplikasi *Snapchat*, para pihak yang terlibat dalam aplikasi *Snapchat* terkait iklan dan iklan-iklan di dalam aplikasi *Snapchat* yang merugikan konsumen.

BAB IV: ANALISIS YURIDIS TENTANG TANGGUNGJAWAB *SNAP INC.*, TERHADAP KERUGIAN YANG DITIMBULKAN OLEH IKLAN DALAM APLIKASI *SNAPCHAT* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab ini akan memuat analisa tentang tanggung jawab *Snap Inc.*, terhadap kerugian yang ditimbulkan oleh aplikasi *Snapchat* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

BAB V: PENUTUP

Bab ini akan berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan diperoleh berdasarkan uraian dan penjelasan secara keseluruhan dari bab-bab terdahulu. Sedangkan saran-saran merupakan usul dari penulis terhadap topik yang dibahas.

