

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan materi yang sudah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, maka dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan yang akan diuraikan yaitu:

**1.1** Dengan kemajuan era digital saat ini tentunya masyarakat juga dimudahkan dalam mencari suatu hiburan salah satunya adalah aplikasi *Tiktok*. Kedudukan para pihak, yaitu pembuat konten sebagai pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, memenuhi semua kriteria untuk digolongkan sebagai pelaku usaha karena melakukan kegiatan komersial dengan tujuan mencari keuntungan, serta penonton atau *viewers* yang dapat diklasifikasikan sebagai konsumen akhir karena mereka menonton dan secara tidak langsung mengkonsumsi layanan yang dibuat oleh *Tiktokers* sebagai pembuat konten. Hak konsumen yang dilanggar oleh pembuat konten diperoleh melalui peraturan perundang-undangan lainnya sesuai Pasal 4 huruf I yaitu menggunakan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik untuk permasalahan yang ada dalam penelitian ini dengan konten yang diunggah dan melanggar norma yang ada.

**1.2** Selanjutnya mengenai pertanggungjawaban yang dapat dilakukan oleh pembuat konten atas konten yang melanggar norma dalam masyarakat yang mendapatkan penghasilan dari platform *Tiktok*. maka *Tiktokers* sebagai pelaku usaha harus melakukan pertanggungjawaban baik yang bersifat publik maupun yang bersifat privat karena pelaku usaha tersebut berdasarkan Pasal 7 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya karena sengaja mengunggah dan membiarkan *viewers* melihat konten tersebut. Karena hal tersebut, berdasarkan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan dan disini jasa yang dihasilkan adalah video/konten yang diunggah oleh seorang pembuat konten atau *Tiktokers*. Sedangkan jika ditinjau dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik berdasarkan konten-konten yang mengandung unsur asusila

karena mengganggu ketertiban umum atau memiliki muatan negatif di dalamnya dan *hoax*, *Tiktokers* sebagai seorang yang membuat dan memproduksi video dan konten yang diunggah di *Tiktok* dapat dimintakan pertanggungjawabannya dengan memberikan ganti rugi menurut UU ITE dilihat dari *Policies & Safety* yang menjelaskan pertanggungjawaban atas akibat dari konten dan video bahwa *platform Tiktok* tidak akan bertanggung jawab dan diserahkan kepada pembuat konten atau *Tiktokers* sepenuhnya dan diatur berdasarkan hukum masing-masing daerah.

**1.3** Jika dilihat dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Video yang berisi unsur asusila karena mengganggu ketertiban umum atau bermuatan negatif di dalamnya dan merupakan *hoax*, *Tiktokers* sebagai pembuat konten dan produser video dan konten yang diunggah di aplikasi atau *platform Tiktok* dapat dimintai pertanggungjawaban dengan memberikan ganti rugi sesuai UU ITE yang terlihat dari *Tiktok policies & safety*.

## **2. Saran**

**2.1** Setelah melakukan analisis berikut adalah saran yang bisa diberikan penulis yaitu dengan kemajuan teknologi tentunya masyarakat juga akan semakin mudah dalam mengakses internet. Oleh sebab itu aplikasi atau *platform* hiburan seperti *Tiktoki* seharusnya diberikan keamanan yang lebih canggih. Seperti *filter* untuk menghapus secara langsung video-video yang tidak sesuai untuk dipertontonkan. Selanjutnya tidak lupa seharusnya pihak *Tiktok* juga memiliki sistem pengecekan untuk melihat terlebih dahulu apakah konten yang akan di unggah itu sudah cocok dengan *community guidelines* atau belum. Sehingga ketika konten itu akan di *upload Tiktok* bisa langsung menghapusnya sebelum terakses oleh penonton lain.

**2.2** Untuk seorang pembuat konten *Tiktok* seharusnya *Tiktok* juga memberikan hukuman bagi pembuat konten untuk tidak bisa mengunggah video ke *Tiktok*. Bagi para kreator konten *Tiktok* yang masih mengunggah video yang mengandung unsur asusila, *hoax*, dan bentuk iklan lainnya yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku agar para *Tiktoker* atau pembuat konten jera dan bisa melihat rekam jejak *online* mereka. Sehingga dapat mempengaruhi diri mereka sendiri dan dampak panjang dari video yang dia unggah di aplikasi *Tiktok* untuk semua orang yang melihatnya.

**2.3** Dengan banyaknya berita *hoax* yang ada maka setiap pengguna aplikasi diharapkan mendapatkan edukasi dan lebih memilih konten yang sesuai untuk ditonton. Dan untuk anak-anak lebih baik orang tua lebih mengawasi apa yang anak-anak lakukan ketika

mereka membuka aplikasi seperti *Tiktok*.

**2.4** *Tiktok* sebagai aplikasi yang besar seharusnya juga menyediakan layanan laporan yang bisa langsung melakukan *take down* video jika sudah ada seorang *user* yang melaporkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, cet.I, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.
- Ahmadi Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia, PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2011.
- Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, cet.II, Jakarta: Diadit Media, 2006.
- Az. Nasution, Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia, cet. I, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, cet. III, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.
- Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- NHT Siahaan, Hukum Konsumen, Panta Rei, Jakarta, 2005
- NHT Siahaan, Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk, Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi, PT. Grasindo, Jakarta, 2004.
- Sidharta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi 2006, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Cetakan ke-11, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009.
- Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum: Suatu Pengantar, Liberty, Yogyakarta, 1999.
- Yusuf Shofie, 21 Potensi Pelanggaran dan Cara Menegakkan Hak Konsumen, Lembaga Konsumen Jakarta PIRAC, Jakarta, 2003.
- Yusuf Sofie, Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

### Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang- Undang Nomor 43 Tahun 2008 tentang Wilayah Negara

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

## **Jurnal**

Kaplan, Andreas M, Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, Volume , 2010.

Johannes Gunawan, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 8, 1999.

## **Bahan Perkuliahan**

Johannes Gunawan, Teknik Penulisan Ilmiah, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 2010.

## **Internet**

Abrar Firdiansyah, Apa itu Content Creator, diakses dari

<https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/>, di unduh pada tanggal 28 Februari 2022, Pukul 20.17 WIB

Alison, Most download apps, diakses dari,

<https://www.cnet.com/tech/mobile/10-most-downloaded-apps-of-the-decade-facebook-dominated-2010-2019/>, di unduh pada tanggal 24 Maret 2022, pukul 20.59 WIB.

Andi, Pengguna Tiktok di Indonesia, diakses dari,

<https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun?page=all>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 20.07 WIB.

Andrea, Famous celeb, diakses dari,

<https://people.com/celebrity/celebrities-on-tiktok/>, di unduh pada tanggal 24 Maret 2022, pukul 21.00 WIB.

Anthony, Reaksi video, diakses dari,

<https://techcrunch.com/2018/09/03/tiktok-reactions/>, di unduh pada tanggal 24 Maret 2022, pukul 21.40 WIB.

Aulia, Video tren, diakses dari,

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/aulia-supintou-1/kategori-tiktok-yang-tren-di>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 18.31 WIB.

Bimo, Daftar Tiktok affiliate, diakses dari,

<https://kiaton.kontan.co.id/news/mudah-ini-cara-daftar-tiktok-affiliate-beserta-syaratnya->



<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumen>, di unduh pada tanggal 12 Maret 2022, pukul 19:10 WIB.

KBBI, Perlindungan, diakses dari

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perlindungan>, di unduh pada tanggal 07 Februari 2022, pukul 21.27 WIB.

KBBI, Usaha, diakses dari,

<https://kbbi.web.id/usaha>, di unduh pada tanggal 12 Maret 2022, pukul 19:57 WIB.

Kevin tran, Social video app, diakses dari,

<https://www.businessinsider.com/social-video-app-musically-acquired-for-up-to-1-billion-2017-11?r=US&IR=T>, di unduh pada tanggal 24 Maret 2022, pukul 20.54 WIB.

Kominfo, Penggunaan Internet di Indonesia 2021, diakses dari

[https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker), di unduh pada tanggal 20 Februari 2022, Pukul 20.20 WIB.

Kompas, Jumlah Pengguna Tiktok, diakses dari

<https://tekno.kompas.com/read/2021/09/08/14060027/warganet-kini-lebih-doyan-nonton-tiktok-dibanding-youtube?page=all>, di unduh pada tanggal 28 Februari 2022, Pukul 19.30 WIB.

Kompas, Jumlah Pengguna Aktif Tiktok, diakses dari

<https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>, di unduh pada tanggal 28 Februari 2022, Pukul 20.35 WIB.

Liza lin,, Musical.ly diakses dari,

<https://www.wsj.com/articles/lip-syncing-app-musical-ly-is-acquired-for-as-much-as-1-billion-1510278123>, di unduh pada tanggal 24 Maret 2022, pukul 20.51 WIB.

Naning, Mendapatkan uang di Tiktok, diakses dari,

<https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-mendapatkan-uang-dari-tiktok/?amp>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 20.13 WIB.

Tiktok, Bisnis Tiktok, diakses dari,

<https://www.business-tiktok.com/brandid/?platform=google&channel=ID-test-conversion-search--accountlevel-all-BrandLOFU-TT4BTikTokAdsBroad---brandid-pc--ID-eCPC-Mixed-PV8--265-PVA>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 19.54 WIB.

Tiktok, Community guidelines, diakses dari,

<https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=en>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 18.54 WIB.

Tiktok, Terms and Service, diakses dari

<https://www.tiktok.com/legal/terms-of-service?lang=id-ID>, di unduh pada tanggal 28 Februari 2022, Pukul 21.56 WIB.

Tiktok, Membuat akun, diakses dari,

<https://support.tiktok.com/id/getting-started/creating-an-account>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 20.27 WIB.

Shella, Bisnis dalam Tiktok, diakses dari,

<https://koinworks.com/tiktok-for-business/>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 20.30 WIB.

Syafril Hernendi, Apa itu Perusahaan LTD, diakses dari

<https://www.syafrilhernendi.com/>, di unduh pada tanggal 28 Februari 2022, Pukul 19.42 WIB.

Werner, Tiktok Statistic, diakses dari,

<https://influencermarketinghub.com/tiktok-stats/>, di unduh pada tanggal 24 Maret 2022, pukul 20.02 WIB.

Zoe, Statistik Tiktok, diakses dari,

<https://hootsuite.com/tiktok-stats/>, di unduh pada tanggal 26 Maret 2022, pukul 20.13 WIB.