

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS HUKUM

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional
Perguruan Tinggi

Nomor : 2803/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/V/2020

ANALISIS YURIDIS TENTANG PERLINDUNGAN PENONTON
TIKTOK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

OLEH

Christian Fery Kusuma

NPM : 6051801298

Dosen 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

Tahun Sidang

2022

Telah disidangkan pada Ujian
Penulisan Hukum Fakultas Hukum
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing/Pembimbing I

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

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

Dekan,

(Dr. iur Liona Nanang Supriatna, SH., 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 : Christian Fery Kusuma

NPM : 6051801298

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

“Analisis Yuridis Tentang Perlindungan Penonton *Tiktok* 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, 12/08/2022

Mahasiswa penyusun Karya Ilmiah/ Karya Penulisan Hukum



Christian Fery Kusuma

6051801298

ABSTRAK

Di dalam era kemajuan teknologi sekarang ini Perkembangan teknologi, era digital mengalami kemajuan yang sangat pesat karena semakin canggihnya teknologi yang tidak dapat dihindari di era modern seperti sekarang ini. Perkembangan ini tentunya semakin memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi karena internet ataupun jejaring sosial semakin mudah diakses. Salah satu aplikasi yang digemari sebagian orang untuk berekspresi dan ingin dikenal masyarakat luas melalui media sosial saat ini adalah *Tiktok*. Konten dalam bentuk video dapat dilihat oleh jutaan orang di dunia dan pengguna dapat berinteraksi dan menemukan berbagai jenis konten di *Tiktok* mulai dari drama, *mukbang*, dan hiburan lainnya. Dengan banyaknya pengguna *Tiktok* di Indonesia, ada kesempatan baru yaitu kesempatan mendapatkan uang dari video yang diunggah oleh seorang *Tiktokers*. Namun dengan peluang tersebut, banyak *Tiktokers* yang membuat konten yang tidak layak untuk ditonton karena pemirsa atau penonton memiliki kebebasan untuk mencari dan menemukan video di *Tiktok* sehingga membuat para penonton dapat mencari lebih luas jumlah video yang beredar di *Tiktok*. Salah satu video negatif yang ada di *Tiktok* adalah video yang berisi asusila, *hoax*, pornografi dan konten lain yang melanggar hukum. Lalu muncul sebuah masalah dimana perlindungan dan tanggung jawab *viewers* atau penonton *Tiktok*. Serta pembuat konten *Tiktok* untuk video yang diunggah di *platform Tiktok*.

Kata kunci : *TikTok*, Konten, Penonton, Tanggung jawab, Perlindungan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya penulisan hukum yang berjudul “**Analisis Yuridis tentang Perlindungan Penonton Tiktok 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. Selesainya 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, **Adi Negara Cendana Kusuma, Jenny Suhartono** terima kasih sudah menjadi ayah yang mendukung dengan segala pilihan penulis dan selalu mendoakan kesuksesan penulis.
2. Bapak **Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M.**, selaku dosen pembimbing penulisan hukum, terima kasih atas segala bimbingan dan arahan selama menyusun skripsi ini.
3. Bapak **Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum.**, selaku dosen pembimbing seminar dan penguji, 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.
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. Ibu **Theodora Pritadianing Saputri, S.H., LL.M.**, selaku wali penulis yang telah banyak membantu dalam memberi arahan selama 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 pekarya, yang selalu membantu dalam urusan mencari dosen dan perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah8
3. Tujuan Penelitian8
4. Metode Penelitian9
5. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	12
1. Hukum Perlindungan Konsumen	12
1.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	12
1.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen	14
2. Pihak-Pihak Dalam Hukum Perlindungan Konsumen	16
2.1 Konsumen	17
2.2 Pelaku Usaha.....	18
2.3 Barang dan Jasa.....	20
3. Hak dan Kewajiban Para Pihak	20
3.1 Hak Konsumen.....	20
3.2 Kewajiban Konsumen.....	23
3.3 Hak Pelaku Usaha	23
3.4 Kewajiban Pelaku Usaha	24
4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen	25
BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG TIKTOK, PENONTON TIKTOK DAN KEBIJAKAN SERTA CARA PEMEROLEHAN PENDAPATAN TIKTOK	29
1. Tiktok	29
1.1 Sejarah Tiktok	29
1.2 Fitur-fitur Tiktok	31

1.3 Kategori Video di Tiktok.....	33
1.4 Tiktok Policies & Safety	34
2. Pengertian Konten dan Pembuat Konten (Content Creator).....	40
3. Pengertian Tiktokers dan Viewers.....	42
3.1 Pengertian Tiktokers.....	42
3.2 Pengertian Viewers.....	46
BAB IV ANALISIS YURIDIS MENGENAI PERLINDUNGAN PENONTON TIKTOK DAN BAGAIMANA TANGGUNG JAWAB PEMBUAT VIDEO BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	49
1. Klarifikasi Viewers Tiktok Sebagai Konsumen dan Pembuat Konten Tiktok Sebagai Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	49
2. Perlindungan Terhadap Viewers Tiktok dan Tanggung Jawab Pembuat Konten Atas Video yang Diunggah ke Platform Tiktok Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	52
BAB V PENUTUP	61
1. Kesimpulan.....	61
2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin maju ini tentunya perkembangan teknologi era digital sampai pada saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat bagi masyarakat sendiri tentunya sudah tidak asing lagi dengan yang namanya media sosial. Media sosial sendiri ada karena majunya perkembangan teknologi yang semakin lama semakin maju. Media sosial adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. *blog*, jejaring sosial, dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user - generated content*”.¹

Belum lagi segala bentuk media sosial kini dianggap cukup vital di zaman yang serba canggih ini, baik sebagai sumber informasi, hiburan, komunikasi, maupun kreativitas. Karena koneksi internet sangat mudah didapat, banyak orang menjadi lebih mudah beradaptasi secara teknologi sebagai akibat dari tren ini. Pengguna hanya perlu memanfaatkan perangkatnya untuk mengakses media sosial, baik untuk jual beli maupun berkomunikasi dengan orang lain yang jauh. Penggunaan media sosial semakin hari semakin meningkat, terutama di tengah pandemi virus Covid-19 global.

Berdasarkan data dari kominfo dijelaskan bahwa pengguna internet Indonesia 2019-2020. “dari tahun 2019-2020 penetrasi pengguna internet Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018,” menurut sekjen APJII, jika digabungkan dengan angka dari proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) maka populasi Indonesia

¹ Kaplan, Andreas M. Michael Haenlein (2010) "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". *Business Horizons* 53(1): 59–68.

tahun 2019 berjumlah 266.911.900 juta, sehingga pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik dari 171 juta di tahun 2019 dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna.² Jika melihat data tersebut maka dapat diketahui bahwa penggunaan internet semakin meningkat tanpa adanya penurunan.

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial telah menjadi tuntutan yang tidak dapat dipisahkan di masyarakat, dengan banyak anak muda maupun orang dewasa menggunakannya. Media sosial memiliki beberapa keuntungan bagi masyarakat, di antaranya memudahkan individu untuk berinteraksi, menerima informasi, bahkan berbisnis. Seorang pengguna atau pengguna media sosial dapat menggunakan program seperti *KakaoTalk*, *WhatsApp*, atau bahkan *Line* untuk berkomunikasi. Masyarakat umumnya memanfaatkan media seperti *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, dan *Tiktok* untuk menerima hiburan dalam ranah *entertainment* atau hiburan.

Tiktok merupakan salah satu aplikasi berbagi video daring (dalam jaringan) terbesar dunia saat ini. Berbeda dengan *Youtube*, *Tiktok* sendiri memiliki konsep yang digunakan hampir sama namun perlu diketahui bahwa, dalam *Youtube* sendiri sudah memiliki suatu sistem yang disebut dengan *copyright claim Youtube* dimana dalam hal terjadinya pelanggaran maupun adanya konten yang bersifat negatif *Youtube* sendiri sudah memiliki *form* maupun sistem untuk melakukan penanganannya. Jadi pada umumnya dapat dikatakan bahwa *Youtube* sendiri sudah memiliki *filter* perlindungan berupa *copyright claim Youtube* (sistem pengecekan video sebelum diunggah). Video atau konten yang diunggah di *Youtube* sendiri bisa dikatakan lebih aman untuk dilihat para penonton karena jika video tersebut melanggar syarat ketentuan *Youtube* maka *Youtube* tidak akan menayangkan konten atau video tersebut. Berbeda halnya dengan *Tiktok* dimana memang benar dalam *Tiktok* sudah ada syarat dan ketentuan akan tetapi aplikasi *Tiktok* sendiri masih belum memiliki *filter copyright claim* sehingga jika seseorang ingin mengunggah suatu video seksual ataupun video negatif maka video tersebut dapat muncul karena tidak adanya pengecekan dari sistem. Video tersebut baru

² 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 di unduh pada tanggal 20 Februari 2022, Pukul 20.20 WIB.

akan terhapus jika ada orang yang melaporkannya. Selain itu berdasarkan data dari kompas.com menjelaskan bahwa pada Mei 2020, dalam sebulan, pengguna internet di Inggris dilaporkan menonton hampir 26 jam konten di *Tiktok*. Sementara itu, mereka hanya menghabiskan kurang dari 16 jam untuk menonton *YouTube*. detik.com menjelaskan bahwa pengguna *Tiktok* lebih banyak mendapatkan keuntungan dari pada *Youtube*.³ Oleh sebab itu penulis lebih tertarik membahas masalah pertanggung jawaban pembuat konten atau *content creator* dalam aplikasi *Tiktok* dari pada *Youtube*.

Tiktok sendiri merupakan salah satu jaringan sosial *platform* video musik Tiongkok yang dibuat oleh *Zhang Yiming* dan bentuk dari perusahaan *Tiktok* sendiri merupakan Perusahaan *ByteDance Ltd* atau perusahaan swasta yang berkantor pusat di Beijing. Perusahaan *Ltd* merupakan Sebuah perusahaan terbatas swasta (*private limited company*) memiliki satu atau lebih anggota, juga disebut pemegang saham atau pemilik, yang membeli saham melalui penjualan pribadi. Direksi adalah karyawan perusahaan yang melakukan semua tugas perusahaan, namun tidak harus menjadi pemegang saham. Keuangan perusahaan terpisah dari pemiliknya dan dikenai pajak secara terpisah. Perusahaan berhak memiliki semua keuntungan dan membayar pajak sesuai ketentuan, membagikan sebagian keuntungan kepada pemegang saham sebagai dividen dan mempertahankan sisanya sebagai modal kerja. Dalam *Ltd*, karena jumlah pemegang saham tidak terbatas, pertanggungjawaban tersebar di antara beberapa pemilik, bukan hanya pada satu orang. Pemegang saham hanya kehilangan sebanyak yang diinvestasikan jika perusahaan mengalami kebangkrutan. Namun, saham perusahaan *limited* hanya dijual secara perorangan (tidak melalui bursa), sehingga membatasi jumlah modal yang bisa dihimpun. Semua pemegang saham juga harus setuju untuk menjual atau mentransfer saham kepada seseorang di luar perusahaan.⁴

Aplikasi *Tiktok* ini membolehkan para pemakai untuk membuat video atau musik pendek mereka sendiri bahkan melakukan *Streaming* (siaran langsung) kepada penontonnya. Pada umumnya video pendek atau yang sering disebut sebagai konten

³ 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.

⁴ Syafril Hernendi, Apa itu perusahaan *Ltd*, diakses dari <https://www.syafrilhernendi.com/> di unduh pada tanggal 28 Februari 2022, Pukul 19.42 WIB.

yang diunggah oleh seorang *Tiktokers* merupakan suatu konten yang berisi tentang hal favorit mereka atau bisa hobi atau bakat mereka. Video pendek atau konten itu sendiri ada berbagai macam jenis mulai dari *challenge*, klip film, drama ringan, video lucu sampai video musik yang tentunya dalam setiap pembuatannya itu dilindungi oleh hak cipta. Sedangkan untuk konten *streaming* (siaran langsung) sendiri pada umumnya berkaitan tentang aktivitas yang dilakukan sang pembuat *Tiktok* sendiri baik itu bermain maupun melakukan aktivitas lainnya. Semakin banyak pengikut pada akun *Tiktok* maka semakin terkenal juga akun dari orang tersebut. Sudah banyak orang yang menggunakan aplikasi ini untuk media hiburan ataupun sebagai pencari penghasilan.

Di lain Pihak ada juga seorang *Tiktokers* atau seorang *Content creator* yang justru mengunggah video berisi konten-konten negatif dengan tujuan untuk menarik para penonton untuk melihat video yang dibuatnya. Konten adalah isi yang berada dalam video yang diunggah oleh seorang *Content creator*. *Content creator* adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk setiap informasi yang ada di media, terutama media digital dan pembuat materi (konten) yang memiliki nilai edukasi dan hiburan yang disesuaikan dengan keinginan atau ketertarikan dari *Viewwers*.⁵ Dengan melakukan ini pengguna dapat memudahkan untuk merencanakan konten yang akan mereka buat dengan mudah, apa yang diminati orang, dan hal menarik lainnya untuk menarik pemirsa untuk menonton video.

Namun perlu diketahui bahwa di dalam *Tiktok* pihak yang beroperasi dalam kasus yang akan dibahas hanyalah pembuat konten atau *Tiktokers* sebagai pelaku usaha dan penonton *Tiktok* sebagai konsumen. Dalam kasus ini karena yang menggunakan atau yang mengalami kealpaan adalah pihak pembuat konten yang kurang memperhatikan syarat ketentuan *Tiktok*. Sehingga membuat suatu konten negatif maka pihak *Tiktok* tidak bisa disalahkan atas kesalahan yang disebabkan oleh pembuat konten yang akhirnya merugikan konsumen atau para penonton. Sehingga yang dapat dimintakan pertanggung jawaban dalam kasus ini adalah pelaku usaha yaitu pembuat konten akibat dari kealpaannya.

⁵ 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

Tidak semua *Tiktokers* yang membuat video pendek akan mendapatkan penghasilan/uang. Tetapi khusus bagi *Tiktokers* yang memiliki *Tiktok Affiliate* dan, mendapat iklan, melakukan *live streaming* ataupun yang mendapatkan *gift* (hadiah berupa stiker) dari penggemarnya sajalah yang baru bisa mendapatkan pendapatan/uang. Dalam penulisan hukum yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah *Tiktokers* yang mendapatkan keuntungan dari suatu kegiatan usahanya di *Tiktok* baik mereka yang memiliki *Tiktok Affiliate*, mendapat iklan, atau melakukan *live streaming*. Perlu diketahui juga bahwa konten yang terdapat di dalam *Tiktok* sendiri tidak semuanya merupakan hal yang positif namun banyak juga seorang konten kreator atau *influencer* yang justru membuat konten berbau negatif baik itu membuat berita *hoax*, maupun hal - hal yang berbau seksual untuk mendapatkan *view* atau penonton dalam jumlah yang banyak. Dengan banyaknya penonton ini maka ada kemungkinan besar seorang *content creator* akan mendapatkan *gift* (hadiah stiker yang memiliki nominal koin dapat ditukarkan menjadi uang). Jika dilihat dari data dapat dilihat sebanyak 47 persen pengguna *Tiktok* mengatakan bahwa mereka tergiur untuk membeli sesuatu setelah menonton konten di *Tiktok*. Sementara 67 persen pengguna menyebut bahwa *Tiktok* menginspirasi mereka untuk membeli barang yang sebelumnya tidak pernah direncanakan. Menurut laporan tersebut juga disebutkan bahwa, 42 persen pengguna *Tiktok* berasal dari kalangan muda (Generasi Z) dengan rentang usia 18-24 tahun. Hasil riset ini juga mengatakan bahwa rata-rata pengguna menghabiskan 89 menit sehari untuk mengakses aplikasi *Tiktok*.⁶

Dilihat dari data tersebut maka banyak sekali anak muda yang mengakses *Tiktok*. Dengan kemudahan untuk membuat video di *Tiktok* tentunya banyak sekali orang yang akan berusaha bahkan berlomba – lomba untuk membuat suatu kreasi agar videonya sendiri di tonton oleh banyak orang dan tentunya mereka akan saling membuat video yang tidak kalah menariknya meskipun kadang mengandung unsur kontroversi. Perlu diketahui dalam penelitian yang akan penulis bahas dalam hal yang dimaksud sebagai pelaku usaha adalah seorang pembuat konten yang mendapatkan penghasilan baik melalui iklan, *gift* ataupun *Tiktok Affiliate*. Sedangkan yang dimaksud konsumen dalam

⁶ Kompas, Jumlah pengguna *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.

hal ini adalah seorang konsumen akhir yang menikmati konten yang dibuat oleh seorang konten kreator.

Hal yang ingin dilindungi dalam penelitian ini adalah hak perlindungan konsumen dan konsumen sebagai penikmat video. Sebab sebagai salah satu contoh ada video yang diunggah oleh salah satu akun *Tiktok* bernama Lele PUBG di mana dalam video 13 detik tersebut menunjukkan seorang wanita yang sedang memegang dan menunjukkan bagian payudaranya. Selain itu juga ada beberapa video dalam *Tiktok* yang memberikan *link* atau sumber internet yang begitu di klik dapat menghasilkan virus atau malware dan bahkan ada juga yang memberikan *link* untuk video seksual. Hal ini tentu saja membuat banyak orang yang berusaha mencari tahu asal video tersebut dan juga ada yang melaporkan video tersebut. Namun perlu kita ketahui bahwa di dalam aplikasi *Tiktok* terdapat fitur unduh untuk mengunduh video tersebut dan belum lagi jika video itu menjadi hal yang ramai dibicarakan. Akhirnya video tersebut justru akan lebih mudah diakses oleh banyak orang. Kejadian ini tentunya menyebabkan banyak orang yang bisa saja semakin terjerumus ke arah pengetahuan seksual yang salah terutama anak-anak akan tetapi untuk orang tua yang kurang paham dengan teknologi justru bisa mengalami kerugian jika tidak sengaja mengunggah sebuah *malware* yang memiliki kemampuan merusak data pada *gadget* orang tersebut.

Dalam konteks ini juga penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai perlindungan konsumen *Tiktok*. Sebab perlindungan konsumen sendiri pada dasarnya sudah ada dan diatur misalnya dalam kasus *Tiktok* ini sudah ada *Terms and condition* dari pihak *Tiktok*, ada juga UU Nomor 19 tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, bahkan diatur juga dalam Permen Nomor 13 Tahun 2019.

Dalam kebijakan terkait konten pornografi di *Tiktok* dalam *Terms and condition* menjelaskan bahwa :⁷

“menggunakan Layanan untuk mengunggah, mengirimkan, mendistribusikan, menyimpan, atau secara lain menyediakan dengan cara apapun: berkas yang mengandung virus, trojans,worms, logic bombs atau materi lainnya yang berbahaya atau dapat merusak dari segi teknologi; materi apapun yang mencemarkan nama baik pihak manapun, tidak senonoh, kasar, mengandung unsur pornografi, unsur kebencian atau penghasutan...”

⁷ *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.

Melihat hal ini sudah ada aturan yang mengatur namun pada faktanya masih banyak video yang tersebar yang tidak sesuai dengan aturan yang ada oleh sebab itu penulis ingin meneliti hal ini melalui UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dengan demikian muncullah suatu pertanyaan jika seorang konten kreator tersebut menghasilkan uang dari karya yang dihasilkannya baik dalam bentuk video yang dibuatnya atau dalam hal ini ketika melakukan *streaming* (siaran langsung) yang mendapatkan dukungan dari para penontonnya. Apakah konten kreator sebagai pelaku usaha dan apakah penonton *Tiktok* dapat dikatakan sebagai konsumen. Mengingat bahwa menurut Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Karena jika kita melihat pada Pasal 1 angka 2 (dua) menyebutkan bahwa :

“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 kasus ini dapatkah penonton dikatakan sebagai konsumen. Karena penonton sendiri melakukan pembayaran berupa donasi yang diberikan kepada konten kreator tersebut atas karya yang telah dibuatnya ataupun kreasi yang sedang dikerjakannya.

Dan yang dimaksud pelaku usaha dalam Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan :

“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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Dalam konteks ini konten kreator sendiri merupakan seorang pembuat karya berupa video ataupun membuat suatu hal ketika sedang siaran langsung dan tentunya para konten kreator sendiri juga mendapatkan keuntungan atas karya yang telah dibuatnya yang umumnya berupa donasi *coin*. Menjadi suatu hal yang menarik untuk membahas mengenai apakah penonton *Tiktok* dalam hal ini bisa dikatakan sebagai konsumen berdasarkan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan apakah seorang konten kreator

yang mendapatkan keuntungan atas karya yang dibuatnya bisa dikatakan sebagai pelaku usaha mengingat bahwa memang konten kreator sendiri membuat siaran langsung (*streaming*) ataupun video untuk mendapatkan keuntungan. Jika memang benar bisa dikatakan sebagai konsumen bagaimana perlindungannya berdasarkan Undang – Undang tersebut. Oleh karena aturan yang tertulis dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 ini tidak menjelaskan secara jelas apakah penonton *Online* termasuk konsumen dan bagaimana perlindungannya masih tidak diatur secara jelas. Oleh sebab itu penulis mengangkat permasalahan mengenai analisis perlindungan hukum terhadap Penonton *Tiktok* dan bagaimana tanggung jawab konten kreator *Tiktok* terhadap karya yang dibuatnya.

Maka berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis akan meneliti dengan judul “Analisis Yuridis Tentang Perlindungan Penonton *Tiktok* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas di dalam latar belakang di atas, permasalahan yang akan dibahas oleh penulis di dalam penelitian hukum ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum penonton *Tiktok* sebagai konsumen akhir terhadap konten yang dibuat oleh seorang *Content creator Tiktok* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana tanggung jawab dari pembuat konten *Tiktok* terhadap konten yang dibuat berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sebelumnya telah dikemukakan, tujuan yang dimiliki penulis dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melihat dan mengetahui apakah penonton/*viewer Tiktok* dapat dikategorikan sebagai konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk melihat dan mengetahui perlindungan hukum terhadap penonton *Tiktok* yang melakukan transaksi setelah melihat video ataupun siaran langsung yang disediakan oleh pembuat video *Tiktok* dan bagaimana tanggung jawabnya ditinjau

berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Serta mengetahui bagaimana tanggung jawab atas konten yang diunggah oleh seorang pembuat konten berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

4. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep - konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini atau hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.⁸ Ciri khas metode penelitian hukum yuridis normatif ini menggunakan pola berpikir deduktif, yaitu dari umum ke khusus dan memiliki kriterium kebenaran koheren.⁹ Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penulisan ini adalah teknik studi kepustakaan. Dalam penelitian ini sebagian besar data diperoleh dengan melakukan penghimpunan dan penelaahan terhadap sumber – sumber hukum formil, sumber hukum materil, maupun literatur – literatur lain yang berkaitan dengan masalah yang akan diselesaikan dengan penelitian ini. Adapun sumber hukum formil yang akan digunakan di dalam penelitian ini terdiri atas peraturan perundang – undangan sedangkan sumber hukum materil yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah asas hukum, serta hak dan kewajiban dalam perlindungan konsumen. Jenis data yang digunakan adalah :

- 1) Data primer yang bersumber dari perundang-undangan, yurisprudensi yang berkaitan dengan pokok permasalahan, antara lain adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 2) Data sekunder merupakan suatu data yang digunakan dalam menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini melalui studi Pustaka, pengertian para ahli, literatur-literatur dan buku-buku hukum, jurnal hukum, artikel, majalah hukum, dan berbagai tulisan yang tersebar lainnya yang memiliki relevansi terkait dengan objek yang akan dikaji dalam penulisan hukum ini.
- 3) Data tersier merupakan bahan-bahan penunjang untuk bahan hukum primer dan bahan

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Cetakan ke-11, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009, hlm. 13-14.

⁹ Johannes Gunawan, Teknik Penulisan Ilmiah, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 2010, hlm. 9.

hukum sekunder. Terdiri dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *Black Law Dictionary*, dan Internet.

5. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan hukum Sistematika dari penulisan hukum yang akan dilakukan ini terbagi ke dalam 5 (lima) bab, yang masing-masing di dalamnya memiliki sub-babnya tersendiri. Berikut penjabaran mengenai isi dari bab-bab tersebut :

BABI PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan secara umum mengenai latar belakang masalah mengapa dilakukan penelitian ini apa pentingnya penelitian dan penulisan hukum ini serta rumusan masalah yang memiliki 2 (dua) buah pertanyaan atas seputar Perlindungan hukum terhadap penonton *Tiktok*. Yang kemudian nantinya pada bab ini penulis akan menjelaskan tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

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

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai apa itu Perlindungan Konsumen , asa apa saja yang terdapat dalam perlindungan konsumen, dasar hukum perlindungan konsumen, apa itu *Tiktok* serta Penjelasan tentang kebijakan dan privasi penggunaan aplikasi. penjelasan mengenai ruang lingkup, dasar hukum, serta hak dan kewajiban setiap pengguna maupun penonton *Tiktok*.

BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG *TIKTOK*, PENONTON *TIKTOK* DAN KEBIJAKAN SERTA CARA PEMEROLEHAN PENDAPATAN *TIKTOK*

Pada bab ini penulis akan menjelaskan secara terperinci mengenai pemberlakuan kebijakan pengertian dalam *Tiktok*, cara perolehan pendapatan dalam *Tiktok*. Dalam bab ini juga penulis akan menjelaskan mengenai masalah apa saja yang dapat timbul di dalam menggunakan aplikasi *Tiktok*. Dalam bab ini penulis akan memberikan penjelasan tentang yang melatar belakangi terjadi masalah tersebut dan bagaimana penyelesaian permasalahan yang muncul dalam perlindungan

konsumen.

BAB IV ANALISIS YURIDIS MENGENAI PERLINDUNGAN PENONTON *TIKTOK* DAN BAGAIMANA TANGGUNG JAWAB PEMBUAT VIDEO BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Dalam bab ini akan menganalisis lebih dalam mengenai klasifikasi *viewers* dan *Tiktokers* sebagai konsumen dan pelaku usaha lalu bagaimana perlindungan yang didapatkan oleh penonton *Tiktok* dari konten negatif yang dibuat oleh pembuat video dan bagaimana tanggung jawab pembuat video atas konten yang sudah dibuatnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini penulis akan menulis tentang kesimpulan yang telah didapat setelah melakukan penelitian yang di ambil dari bab - bab sebelumnya dan disertai dengan saran.