

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS HUKUM**

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

“PERJANJIAN YANG DIBUAT OLEH *ONLINE INFLUENCER*

DI BAWAH UMUR DENGAN PIHAK-PIHAK

DALAM PERBUATAN HUKUM YANG TERJADI SECARA LANGSUNG

DITINJAU MENURUT KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA”

OLEH

**Vicky Qinthara
NPM : 2013200108**

PEMBIMBING

Yanly Gandawidjaja, S.H., M.Hum., Sp.1.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ilmu Hukum
2017

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

Pembimbing



Yanly Gandawidjaja S.H., M.Hum., Sp.1.

Dekan



Dr. Tristam Pascal Moeliono, S.H., M.H., LL.M.



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

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

Nama : Vicky Qinthara
No. Pokok : 2013200108



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

**“PERJANJIAN YANG DIBUAT OLEH *ONLINE INFLUENCER*
DIBAWAH UMUR DENGAN PIHAK-PIHAK**

**DALAM PERBUATAN HUKUM YANG TERJADI SECARA LANGSUNG
DITINJAU MENURUT KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA”**

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

- secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- 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-peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Bandung, 6 Juni 2017

Mahasiswa Penyusun Karya Ilmiah/Karya Penulisan Hukum



Vicky Qinthara
2013200108

ABSTRAK

Jejaring media sosial dapat digunakan oleh siapa saja termasuk anak di bawah umur. Penggunaan jejaring media sosial dapat membuat seseorang menjadi seorang *online influencer*, di mana pengguna tersebut memiliki pengaruh terhadap orang lain yang melihat konten-konten yang ia unggah ke jejaring media sosial. Pengaruh tersebut dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan barang atau jasa yang diperdagangkannya. Pemanfaatan oleh pelaku usaha tersebut mengakibatkan lahirnya perjanjian antara *online influencer* dengan pelaku usaha. Seorang *online influencer*, atas kegiatan spesifiknya sebagai seorang *influencer*, juga dapat diwakili oleh agen yang disebut dengan *multi channel network* (MCN) dan *influence marketing network*. Hubungan antara MCN dan/atau *influence marketing network* dengan *online influencer* terikat dalam sebuah perjanjian. Dikarenakan siapa saja dapat menjadi seorang *online influencer* dan dapat juga dapat mengikatkan dirinya kepada pihak-pihak dalam sebuah perjanjian, maka apabila perjanjian tersebut dibuat oleh *online influencer* di bawah umur, maka perjanjian tidak memenuhi syarat keabsahan perjanjian seperti diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata dikarenakan umur dari *online influencer* yang masih di bawah umur dan masih berada di bawah kekuasaan orang tua/walinya. Atas dasar itu, maka diperlukan pembahasan mengenai hal-hal yang dapat dilakukan oleh *online influencer* di bawah umur beserta orang tua/walinya agar perjanjian yang dibuat olehnya dapat memenuhi syarat-syarat keabsahan perjanjian.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Karena berkat rahmat dan perlindungan-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan hukum ini dengan baik. Penulisan hukum ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan sarjana di Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam Penulisan hukum ini, saya diberikan motivasi, bantuan, arahan, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Yanlu Gandawidjaja S.H., M.Hum., Sp.1. selaku dosen pembimbing penulisan hukum ini yang penuh kesabaran dan ketulusan hati meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan saya selama mengerjakan hukum ini.

Selain itu saya juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Tristam Pascal Moeliono, S.H., M.H., LL.M. selaku dekan Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan
2. Ibu Dr. Niken Savitri, S.H., MCL. selaku Wakil Dekan I bidang Akademik Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Grace Juanita, S.H., M.kn. selaku Wakil Dekan II bidang Sumber Daya Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Wurianalya Maria Novenanty, S.H., LL.M. selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan.

5. Bapak Prof. Dr. Asep Warlan Yusuf, S.H., M.H. selaku Dosen Wali saya selama berada di Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang telah mendidik, memberikan ilmu dan pelayanan yang baik kepada saya dari awal hingga selesainya pendidikan saya di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan.
7. Mama Rosanita Saifoel, Papa Eriswan Riadi, dan Uni Vanya Qinthara tercinta telah memberikan doa, dukungan, dorongan, *shock therapy*, kritik, saran, restu, arahan, dan pengertian yang sangat besar hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan penulisan hukum ini. Penulisan hukum ini didedikasikan untuk mereka, atas setiap peluh, air mata, doa yang terucap, usaha, dan perjuangan hingga dapat memberikan pendidikan dan kehidupan yang terbaik untuk saya. Semoga penulisan hukum ini bisa membuat mereka bangga.
8. Keluarga besar saya, Nene Esah, Nene otty, Kai Amir, Gaek Saifoel (Alm.), Andung (Alm.), Engah (Alm.), Sepupu-sepupu Saifoel Rahman, Sepupu-sepupu Rahman, Sepupu-sepupu cucuk Nene Saodah, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu (karena orang banyaaaaak sekali) yang telah memberikan saya doa dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan hukum ini.
9. *My official YouTube Ambassador* Indonesia, *My Indonesian Beauty Vlogger Community Founder*, *My Minyo33*, *My source of joy up until I have children*, *my birth sister*, Vanya Qinthara. You inspire so much

people especially me, every single day. Thanks for supporting my insane Ideas and never doubt me for finishing this paper and also managing 2nd anniversary of Indonesian Beauty Vlogger. By the end of the day, mom and you are my rock when it comes to get through my, so-called, hell week. Terima kasih juga telah membawa Rizal Fauzi ke hidup saya untuk menjadi pribadi yang pengertian, dan perhatian terhadap keluhan saya, dan juga menjadi my top programmer.

10. Nyonya Rohannah, yang telah menjaga saya dari kecil hingga sekarang. You are my guardian angel in disguise. Terima kasih atas santapan nikmat dan bernutrisi yang selalu disajikan untuk saya hingga saya menjadi pribadi seperti sekarang.
11. Alifah Vania Subrata, sang mermaid yang tidak bisa hidup tanpa air, my partner in crime, my noisy half, my socially inclined best friend in the world, my princess boss, atas pengertian dan dorongan yang diberikan kepada saya dan alter ego saya (madam boss). May we someday, trust anybody else aside from us, but you are the one who have my trust wholly. May we live an insanely successful life.
12. Octria Ichigo, my mother from another universe, my sister from another mother, untuk semua semangat dan kasih yang ada di dalam tubuh kecilnya, dan juga ketulusan hatinya mau menjawab pertanyaan-pertanyaan soal MCN secara terbuka dan juga untuk membawa James Evan kehidup saya untuk selalu sepaham sama saya. Thank you for 'adopting' me and vania. Hahahaha.

13. Eno Bening Swara untuk segala percakapan aneh yang mungkin tidak ada orang lain yang mengerti apa lah itu yang kita bicarakan. *Conversing with you are always mind bogling, sir. Thank you for being my big brother.*
14. Alifva Fatilla Wiriadilaga dan Raden Muhammad Ghazialdy Aprillio Wiratmaja, sahabat-sahabatku dari SD sampai sekarang (walaupun jarang bertemu kalian tetap dihati, hahahaha) untuk pertemanan yang tidak tergantikan sepanjang masa.
15. SOSIALITA teman-teman fakultas hukum 2013 yang paling-paling dan tercinta, Saskya, Hani, Yunita, Anastasha, Risma, Gitty, Anggia Patar, Nadila, dan Talitha untuk dukungan, doa, canda, tawa, tangis selama kuliah di Unpar. Semoga persahabatan kita langgeng sampe tua banget ya sister-sister, dan juga kita sukses bersama. Terimakasih juga untuk kesabaran, dan pengertian yang kalian berikan terhadap saya dan sesama dalam menghadapi emosi saya dan masing-masing pada saat UTS, UAS, pekan seminar, pekan sidang. *You girls are the best, I believe you can rule this world with an iron fist someday.*
16. Mbatia, Cici Hani, dan Aiptu Yunita terkasih, selalu dihati. Dengan ini juga saya ingin mengucapkan permintaan maaf karena selama pengerjaan penulisan hukum ini saya terlewat sibuk dan menjadi teman yang terlalu sibuk hingga tidak tahu masih bisa disebut teman yang baik atau tidak. Terimakasih atas canda, tawa, dan air mata yang kalian bagi bersama saya. *So much love and prayers for you guys!*

17. Mardiansyah Fajar, terimakasih telah mau berbagi cerita dengan saya dan mendengarkan keluhan-keluhan saya. Terimakasih untuk pengertiannya juga. Sukses terus!
18. Fakultas Ilmu Gossip, Saskya, Hani, Nita, Caca, Gitty, Ima, Anggia patar, Talitha, Nadila, Rani, Acil, Diaz, Dwito, Andre, Abir, Butong, Bintang, Toge, Dafy untuk canda dan tawa yang kalian bagi dengan saya selama saya kuliah. Semoga pertemanan kita awet terus. Sukses untuk kita semua.
19. Teman-teman SMP Taruna Bakti #33, Bilingual 1 dan Bilingual 2, yang ternyata tidak sesuai dengan ekspektasi orang-orang, we are even better than that. Terimakasih telah menjadi diri kalian sendiri and for shaping me into this person today.
20. Teman-teman SMA Taruna Bakti yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan dan memori yang kalian bagi dengan saya.
21. My angels, my pride, Indonesian Beauty Vlogger Community, terima kasih untuk inspirasi yang kalian bagikan untuk orang banyak. You guys definitely inspire me on making this paper. Keep on shining!
22. Brian Immanuel, Rich Chigga, dan juga Giovander Louis untuk inspirasi yang secara tidak sadar anda berikan untuk saya untuk menyelesaikan penulisan hukum ini. You are a superstar!
23. Ce' Ririn Oscarin, Mam Niken Sasmaya, Kelvin dari Google/YouTube untuk penjelasan yang kalian berikan sehingga saya bisa dengan lancar menyelesaikan penulisan hukum ini.

24. Terimakasih kepada pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang sudah memberikan dukungan, bantuan dan doa kepada saya. Semoga Tuhan membalas kebaikan kalian.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan hukum ini masih banyak kekurangan, baik dari segi teknik maupun materi penulisan karena itu atas semua kritik dan saran yang bersifat membangun saya terima dengan baik, agar penulisan hukum ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan hukum, terutama terkait dengan perjanjian menyangkut pihak di bawah umur.

Bandung, 6 Juni 2017

(Vicky Qinthara)

DAFTAR ISI

BAB I: PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.5. Metode Penelitian.....	9
1.6. Teknik Pengumpulan Data	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II: KEDEWASAAN ONLINE INFLUENCER SEBAGAI SALAH SATU PIHAK DALAM PERJANJIAN SERTA KEABSAHAN PERJANJIAN YANG DI BUATNYA

2.1. Pendahuluan.....	13
2.2. Pengertian serta Kegiatan Spesifik dari <i>Online Influencer</i>	
2.2.1. Pengertian <i>Online Influencer</i>	14
2.2.2. Kegiatan Spesifik <i>Online Influencer</i>	15
2.3. Pihak-pihak yang Terkait dengan <i>Online Influencer</i>	
2.3.1. Pelaku Usaha.....	18
2.3.2. <i>Multi Channel Network (MCN)</i> dan <i>Influence Marketing Network</i>	20
2.4. Perjanjian yang Dibuat oleh <i>Online Influencer</i>	22
2.5. Syarat Subjektif dari Perjanjian yang dibuat oleh <i>Online Influencer</i>	26
2.5.1. Kata Sepakat antar Para Pihak.....	28
2.5.2. Kecakapan para Pihak	29
2.5.2.1. Kedewasaan menurut KUHPerdota.....	30
2.5.2.2. Kedewasaan menurut Peraturan Perundang-Undangan Lain.....	31

**BAB III: AKIBAT DARI LAHIRNYA PERJANJIAN YANG DIBUAT
OLEH *ONLINE* INFLUENCER DI BAWAH UMUR DAN HAL-
HAL YANG DAPAT MENGATASI PERMASALAHAN
KEABSAHAN PERJANJIAN YANG DI BUAT OLEH *ONLINE*
INFLUENCER DI BAWAH UMUR**

3.1. Pendahuluan.....	34
3.2. Perwakilan dalam Perjanjian.....	35
3.2.1. Pengertian Wali beserta Kewajibannya Dikaitkan dengan Perwakilan dalam Perjanjian.....	36
3.2.2. Pelimpahan Kuasa Perwakilan oleh Orang tua atau Wali dalam Perjanjian kepada MCN/ <i>Influencer</i> <i>Marketing Network</i>	39
3.3. Akibat dari Lahirnya Perjanjian yang Dibuat oleh <i>Online</i> <i>Influencer</i> di Bawah Umur yang Tidak Diwakili oleh Orang Tua/Wali.....	43
3.3.1. Pembatalan Perjanjian.....	43
3.3.2. Penguatan/Penetapan Perjanjian.....	44
3.3.3. Akibat Lahirnya Perjanjian antara Pelaku Usaha dengan <i>Online Influencer</i> di Bawah umur yang Tidak Terikat MCN / <i>Influence</i> <i>Marketing Network</i> dan Tidak Diwakili Orang Tua/Wali	47
3.3.4. Akibat Lahirnya Perjanjian yang Dibuat oleh <i>Online Influencer</i> di bawah umur yang tidak Diwakili Orang Tua dengan MCN/ <i>Influence</i> <i>Marketing Network</i>	48

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan.....	51
4.2. Saran.....	54

Daftar Pustaka

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Perubahan secara besar-besaran dan berlangsung dalam waktu yang lama disebut dengan Revolusi. Sudah beberapa revolusi telah terjadi yaitu, diawali dari revolusi pertanian, revolusi industri, dan kemudian revolusi digital yang diawali pada akhir abad 20.

Revolusi digital adalah perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog ke teknologi digital yang telah terjadi sejak tahun 1980 dan berlanjut sampai hari ini.¹ Revolusi digital mengubah cara manusia menjalani kehidupannya. Berawal dari kerja otot menjadi kerja otak, dikarenakan tidak lagi diperlukan tenaga yang banyak untuk mengerjakan sesuatu, yang sudah dibuat mudah dengan adanya perubahan teknologi. Revolusi digital menjadi awal dari era informasi atau era digital. Era informasi berarti pertukaran informasi pada era tersebut telah berubah dari waktu-waktu sebelumnya menjadi lebih baik dan lebih mudah diakses oleh siapapun dari berbagai macam lapisan masyarakat.

Telekomunikasi dan pertukaran informasi menjadi sebuah kebutuhan yang tidak dapat dikesampingkan bagi manusia sebagai makhluk sosial. Dengan adanya kemudahan yang hadir dalam bentuk perubahan teknologi baru, masyarakat menjadi ketagihan akan pertukaran informasi dan telekomunikasi. Ketersediaan internet untuk masyarakat secara bebas yang berawal pada tahun 1983 dapat dikatakan sebagai awal mula kebutuhan masyarakat untuk bertukar informasi setiap saat.

Para inovator yang bergiat di dunia telekomunikasi kemudian membuat inovasi dalam berbagai bentuk baru, yang tentunya menarik bagi banyak orang.

¹ Steven E. Schoenherr, "The Digital Revolution", University of San Diego, diakses dari <http://web.archive.org/web/20081007132355/http://history.sandiego.edu/gen/recording/digital.html>, pada tanggal 25 September 2016 pukul 15.44 WIB

Inovasi yang paling menyorot perhatian masyarakat dalam dunia telekomunikasi adalah *social media* atau dalam Bahasa Indonesia media sosial.

Chris Garret, seorang ahli New Media, mengatakan “*The term “Social Media” describes tools, websites and software that allows people to connect and share.*”² yang dapat diartikan sebagai berikut (terjemahan secara bebas), media sosial merupakan alat atau jasa, *website*, dan *software* yang memperbolehkan banyak orang untuk berkomunikasi dan berbagi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".³ Media sosial memiliki beberapa bentuk seperti; situs jejaring media sosial atau *platform* media sosial, *blog*, *virtual game world*, dan lain-lain . Contoh *platform* media sosial yang paling terkenal dan memiliki banyak pengguna adalah *Facebook* yang kini memiliki anak perusahaan bernama *Instagram* dan *YouTube* (anak perusahaan dari *Google*).

Untuk menggunakan jejaring media sosial ada beberapa situs yang memperbolehkan pengunjung untuk langsung menikmati layanan yang ditawarkan tanpa harus mendaftarkan diri, namun ada pula yang mensyaratkan pengunjung situs untuk mendaftarkan diri sebelumnya. Dalam pendaftaran, layaknya di dunia nyata, ada beberapa persyaratan yang harus disetujui oleh pendaftar yang biasa dikenal sebagai *terms of service* (diterjemahkan : persyaratan layanan). Salah satu yang biasanya diatur dalam *terms of service* adalah umur dari pendaftar. Umur dari pengguna juga menjadi sesuatu yang penting karena akan berkaitan dengan kecakapan seseorang untuk membuat perjanjian. Di Indonesia, mengenai kecakapan seseorang untuk membuat perjanjian diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (selanjutnya dalam penelitian ini akan disebut KUHPerdata).

²Chriss garret, Social Media Marketing Roundup, chrig.com, diakses dari <http://www.chrisg.com/social-media-marketing-roundup/>, pada tanggal 28 agustus 2016 pukul 21.05 WIB

³ Kaplan, et.al., *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, Business Horizons Vol. 53 Isu 1, 2010, hlm 60.

Pasal 1320 KUHPerdara yang berbunyi “Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat:

1. kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. suatu pokok persoalan tertentu;
4. suatu sebab yang halal.”

mengatur tentang syarat keabsahan suatu perjanjian. Dalam pasal tersebut terdapat syarat subjektif yang mengatur soal kecakapan untuk membuat suatu perjanjian. Orang yang dianggap tidak cakap dijelaskan dalam pasal 1330 KUHPerdara yang berbunyi;

“Yang tak cakap untuk membuat persetujuan adalah;

1. anak yang belum dewasa;
2. orang yang ditaruh di bawah pengampuan;
3. perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.”

Pasal tersebut menyebutkan “anak yang belum dewasa”. Ukuran dewasa atau tidaknya seseorang, dapat diukur dari umur pembuat perjanjian. Dalam pasal 330 KUHPerdara disebutkan bahwa orang dewasa adalah mereka-mereka yang telah mencapai umur 21 tahun atau lebih, atau mereka yang telah menikah sekalipun belum berusia 21 tahun.⁴ Usia dewasa juga diatur dalam undang-undang lain selain KUHPerdara, seperti; Undang-undang No.1 Tahun 1974 tentang Perkawinan (selanjutnya disebut Undang-undang Perkawinan), Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (selanjutnya disebut Undang-undang Ketenagakerjaan), Undang-undang No. 39 Tahun 1999 tentang Perlindungan Hak Asasi Manusia (selanjutnya disebut Undang-undang perlindungan HAM), Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak (selanjutnya disebut Undang-undang Perlindungan Anak) sebagaimana terakhir diubah dengan Undang-Undang No. 35 Tahun 2014, Undang-Undang No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan Republik Indonesia (selanjutnya disebut Undang-undang Kewarganegaraan), dan Kompilasi Hukum Islam. Dalam pasal 47 Undang-undang perkawinan,

⁴ J. Satrio, Hukum Pribadi Bagian I Persoon Alamiah, Citra Aditya Bakti, Bandung:1999, hlm 63.

ketentuan umum Undang-undang Perlindungan HAM, dan pasal 1 angka 26 Undang-undang Ketenagakerjaan mengatakan bahwa seseorang dianggap dewasa setelah berumur 18 tahun. Sementara dalam pasal 98 ayat (1) Kompilasi Hukum Islam seseorang dianggap dewasa setelah berumur 21 tahun.

Ketentuan terkait usia atau umur, juga berlaku dalam membuat persetujuan atas *terms of service* jejaring sosial media. Bahkan dalam beberapa *terms of service* sosial media, disebutkan mengenai umur pengguna layanan. Berikut adalah contoh kutipan *terms of service* jejaring media sosial *YouTube* mengenai umur pengguna layanannya;

*“ Ability to Accept Terms of Service: You affirm that you are either more than 18 years of age, or an emancipated minor, or possess legal parental or guardian consent, and are fully able and competent to enter into the terms, conditions, obligations, affirmations, representations, and warranties set forth in these Terms of Service, and to abide by and comply with these Terms of Service. In any case, you affirm that you are over the age of 13, as the Service is not intended for children under 13. If you are under 13 years of age, then please do not use the Service. There are lots of other great web sites for you. Talk to your parents about what sites are appropriate for you”*⁵ (Terjemahan bebas oleh penulis : bahwa umur yang benar-benar cakap untuk setuju atas persyaratan layanan atau *terms of service* adalah 18 tahun, anak yang diemansipasi, atau memiliki izin dari orang tua/wali, sementara anak dibawah umur 13 tahun diharapkan untuk tidak menggunakan layanan jejaring media sosial tersebut dan tidak ada peraturan (hukum positif) yang dapat menjadi acuan untuk membuat persyaratan tersebut).

Kejujuran dari pengguna layanan dalam mengisi data diri saat pendaftaran akun sangatlah diharapkan oleh pihak penyedia *platform* jejaring media sosial dikarenakan sistem elektronik yang digunakan oleh pihak penyedia tidak dapat mendeteksi kebenaran data yang diisi oleh calon pemilik akun atau pemilik akun. Dengan adanya kelemahan tersebut, calon pengguna dapat memanipulasi umur mereka pada saat pendaftaran akun dan pengguna dibawah umur menjadi tidak membutuhkan persetujuan orang tua untuk menggunakan layanan jejaring media sosial.

⁵ <https://www.youtube.com/t/terms> tentang persyaratan layanan jejaring media sosial YouTube, diakses pada tanggal 4 September 2016, pada pukul 19.23 WIB

Pada tahun 2015 terjadi kenaikan jumlah pengguna jejaring media sosial yang sangat drastis di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya jumlah penonton dan pengunggah video *online* pada situs jejaring media sosial *YouTube* sebanyak 600% lebih banyak dari tahun 2014⁶, Demikian yang dikatakan oleh Niken Sasmaya, *Partner Manager Youtube Asia Pasific*, pada *Press Confrence Broadcast Box* dan seminar *Creator Day* di Bandung pada November 2015.

Dalam penggunaan jejaring media sosial seseorang dapat menjadi penikmat dan juga pengunggah atau penyedia konten. Konten-konten tersebut mendapatkan banyak *atensi* dan pemilik akun yang mengunggah menjadi terkenal, layaknya artis dalam dunia nyata. Pemilk akun tersebut lebih biasa dikenal dengan sebutan *online influencer*. Kata *online influencer* digunakan karena sifat dari kreator konten *online* yang dapat mempengaruhi orang yang melihat, menonton, atau mendengarkan karya mereka.

Dengan pengaruh yang diberikan *online influencer* tersebut kepada pengikut atau penontonnya membuat pelaku usaha (orang perorangan ataupun badan usaha), ingin mempromosikan barang yang dijual oleh pelaku usaha melalui akun sosial media *online influencer* atau sering disebut sebagai kegiatan *endorsement*. Hubungan dalam upaya perbuatan mempromosikan barang milik pelaku usaha, akan menimbulkan perbuatan yang disepakati dan dituliskan/tidak dituliskan dalam perjanjian antara pelaku usaha dan *online influencer*. Dalam perjanjian tersebut diperjanjikan hak dan kewajiban masing-masing pihak termasuk bayaran (istilah umum dalam Bahasa Inggris *fee*) untuk *online influencer*. Berdasarkan wawancara kecil sebelum penulisan ini dibuat, yang telah dilakukan oleh penulis kepada beberapa *online influencer*, diperoleh data sementara bahwa perjanjian di antara mereka dapat dilakukan dengan perjanjian tertulis atau dapat dilakukan hanya melalui kesepakatan yang diperjanjikan lewat percakapan (lisan) melalui *instant messaging* “LINE” atau “Whatsapp”. Dari

⁶ Niken Sasmaya, *YouTube Creator Day – Broadcast Box*, Yotube Creator day dan Launching Broadcast Box, Google Indonesia, Bandung, 6 November 2015.

perjanjian-perjanjian *endorsement* tersebutlah seorang *online influencer* dapat mendapatkan nafkah atau penghasilan.

Seorang *online influencer* tidak hanya mendapatkan nafkah dari *endorsement* saja, namun juga beberapa jejaring media sosial memiliki layanan *monetisasi* konten⁷. Salah satu jejaring media sosial yang memiliki layanan *monetisasi* untuk para penyedia kontennya adalah *YouTube*. Untuk dapat menikmati layanan tersebut, dalam situs *YouTube*, penyedia konten harus terlebih dahulu menyetujui sebuah perjanjian baru dalam bentuk perjanjian baku dengan *YouTube* yang dinamakan dengan *YouTube Partner Agreement* di mana setelah perjanjian itu berjalan, penyedia konten akan berubah statusnya menjadi mitra *YouTube* atau *Youtube Partner*.

Online Influencer, selain melakukan kegiatan *influencing* secara mandiri, juga dapat bergabung dengan sebuah agensi manajemen yang sering disebut dengan istilah *Multi Channel Network* atau MCN dan/atau *Influence Marketing Network*. MCN adalah suatu jaringan yang bekerja sama atau berafiliasi dengan sebagian besar *online influencer*. MCN akan membantu dalam bidang manajemen, menghubungkan pelaku usaha yang ingin melakukan *endorsement* dan pekerjaan bebas dengan *online influencer*, monetisasi pada saluran *YouTube* yang dimiliki *online influencer*, pengembangan persona *online influencer* dan masih banyak hal lainnya.⁸ Kegiatan dari *Influencer Marketing Network* tidak jauh berbeda dari MCN. Perbedaan antara keduanya adalah MCN lebih mengikat dari pada *influence marketing network*. Hal tersebut dapat terlihat dari kepemilikan hak cipta konten yang diunggah oleh *online influencer* oleh MCN, sementara *influence marketing network* tidak memiliki hak cipta tersebut, dan juga MCN memiliki akses untuk melihat data analisis demografik penonton atau pengikut *online influencer*, sementara *influence marketing network* tidak memiliki akses tersebut. *Influence marketing network* hanya berhak untuk menghubungkan *online influencer* dengan pelaku usaha dan sebaliknya. MCN dan *influence*

⁷ *Monetisasi* konten adalah konversi konten yang diunggah menjadi uang

⁸ YouTube Study Club, *YouTube: How to Become a Star with Content and Make a Profit from Advertising*, Gilbut Publishing Ltd: Gyeonggi, 2015, hlm. 23-24.

marketing network memiliki hak untuk mewakili *online influencer* dalam perjanjiannya dengan pelaku usaha.

Semua pengguna jejaring sosial media memiliki kesempatan yang sama dalam berkembang dan menjadi *online influencer*, termasuk juga anak dibawah umur. Anak dibawah umur dapat menjadi pengunggah konten, di mana hak kebebasan berekspresi anak yang dinyatakan dalam Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Anak yang berbunyi;

“Setiap anak berhak untuk beribadah menurut agamanya, berpikir, dan berekspresi sesuai dengan tingkat kecerdasan dan usianya, dalam bimbingan orang tua.”

menjadi dapat diwujudkan.

Pengunggah konten dibawah umurpun memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi seorang *online influencer* seperti layaknya pengguna lain yang sudah dewasa di mana anak tersebut bisa menerima bayaran atas jasa yang telah diperjanjikan dengan pelaku usaha sebelumnya, dan juga menandatangani perjanjian eksklusif dengan MCN atau mengikatkan diri kepada *influence marketing network*.

Dengan dimungkinkannya hal-hal tersebut, kecakapan *online influencer* dibawah umur dalam pembuatan perjanjian tentunya menjadi permasalahan mengingat syarat keabsahan perjanjian pada pasal 1320 KUHPerdara yang telah disebutkan di atas. Dalam hukum perikatan tidak disebutkan bahwa izin orang tua dapat mengatasi permasalahan kecakapan pihak, namun ada beberapa hal yang dapat mengatasi permasalahan tersebut. Pembahasan permasalahan kecakapan pihak akan diuraikan dan dikaji lebih lanjut dalam penulisan ini.

Adanya permasalahan dalam kecakapan pihak dalam perjanjian, melanggar syarat subjektif dalam syarat keabsahan perjanjian. Perjanjian yang melanggar syarat subjektif mengakibatkan salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan. Pihak yang dapat meminta pembatalan itu, adalah pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan sepakatnya (perizinannya) secara tidak bebas.⁹ Maka, pelaku usaha yang membuat perjanjian

⁹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta: 2005, hlm. 20

dengan *online influencer* dibawah umur posisinya menjadi tidak aman karena perjanjian dapat dibatalkan oleh *online influencer* di bawah umur.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, MCN dan *influence marketing network* dapat mewakili *online influencer* dalam perjanjian yang dibuat dengan pelaku usaha. Dalam hal *online influencer* dibawah umur, kecakapan *online influencer* menjadi hambatan, namun apakah dengan adanya perjanjian antara MCN dengan *online influencer* dibawah umur, yang kemudian membuat *online influencer* diwakili oleh MCN dan/atau *influence marketing network*, dapat dikatakan cukup untuk mengatasi hambatan keabsahan perjanjian?

Berdasarkan uraian-uraian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait perjanjian yang dilakukan oleh *online influencer* dibawah umur dengan pihak lain termasuk MCN dan *influence marketing network* atau dalam hal perjanjian yang dilakukan oleh MCN dan *influence marketing network* (selaku wakil *online influencer* yang masih dibawah umur) dengan pihak lain, dengan menuangkan kedalam bentuk skripsi yang berjudul:

“PERJANJIAN YANG DIBUAT OLEH *ONLINE INFLUENCER*
DIBAWAH UMUR DENGAN PIHAK-PIHAK
DALAM PERBUATAN HUKUM YANG TERJADI SECARA LANGSUNG
DITINJAU MENURUT KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana akibat dari terbentuknya perjanjian yang dibuat oleh *online influencer* dibawah umur dengan pihak-pihak yang terkait kepadanya?
2. Apakah MCN dan/atau *influence marketing network* tetap dapat mewakili *online influencer* dibawah umur apabila *online influencer* tersebut telah mengikatkan diri kepadanya?

1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Mengetahui keberlakuan keabsahan perjanjian yang dibuat oleh *online influencer* dibawah umur serta akibat-akibat hukum yang akan terjadi apabila syarat-syarat keabsahan perjanjian tidak terpenuhi dalam perjanjian tersebut;
2. Mengetahui solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dapat terjadi sehubungan dengan keabsahan perjanjian yang dibuat oleh *online influencer* dibawah umur dengan pihak-pihak yang terkait kepadanya ditinjau dari segi kecakapan para pihak; dan
3. Mengetahui bagaimana MCN dan/atau *influence marketing network* dapat secara hukum mewakili *online influencer* dibawah umur yang telah mengikatkan diri kepada mereka.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan dicapai oleh penulis dari hasil penelitian ini adalah antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan bidang ilmu hukum pada umumnya dan pembaharuan hukum nasional dalam bidang hukum perdata khususnya terkait transaksi *online* yang berkembang saat ini di masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan kesadaran hukum kepada *online influencer* yang sudah dewasa maupun yang masih dibawah umur, orang tua dari *online influencer* dibawah umur yang hendak membuat perjanjian dengan palaku usaha dan juga kepada pelaku usaha atas hak, kewajiban, dan bentuk pertanggung jawaban yang mereka miliki sebagai pihak dalam perjanjian.

1.5. Metode Penelitian

Dalam penulisan hukum ini, metode penelitian yang akan dipakai oleh penulis adalah Metode Penelitian Yuridis Normatif. Metode Penelitian Yuridis Normatif

atau sering disebut sebagai Metode Penelitian Yuridis Dogmatis adalah metode penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.¹⁰

Dalam kaitannya dengan penelitian yuridis normatif, akan digunakan beberapa pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

Pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelaah semua perundang-undangan yang bersangkutan dengan persoalan dalam penelitian, baik itu legislasi maupun regulasi yang memiliki keterkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini.

2. Pendekatan Konsep (*conseptual approach*)

Pendekatan konseptual dilakukan apabila dalam peraturan perundang-undangan hanya memberikan makna yang bersifat umum, sehingga perlu untuk membangun konsep yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian. Pendekatan konseptual dilakukan dengan merujuk pada prinsip-prinsip hukum yang dapat ditemukan dalam konsep-konsep doktrin hukum.

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data utama yang dipakai dalam penulisan hukum ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara menelusuri dan menganalisis bahan pustaka, yaitu dengan cara menelusuri dan menganalisis bahan pustaka yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji (Misalnya seperti buku yang berkaitan dengan hal-hal yang sedang diteliti), serta ditambah dengan sumber atau bahan hukum terkait permasalahan yang akan diteliti.

Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji menjelaskan mengenai bahan hukum primer, sekunder dan tertier, yaitu :

¹⁰ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta: 2001, hlm. 13-14.

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat dan merupakan landasan utama untuk dipakai dalam penelitian ini, yaitu , Undang-undang Dasar 1945, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Undang-undang Nomor 23 tahun 2002 tentang Perlindungan anak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4235) yang telah diubah dengan Undang- undang nomor 35 tahun 2014 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 297), Undang-undang No.1 Tahun 1974 tentang Perkawinan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1974 Nomor 1), Undang-undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39), Undang-undang No. 39 Tahun 1999 tentang Perlindungan Hak Asasi Manusia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 165), Undang-Undang No. 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan Republik Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 63), Kompilasi Hukum Islam (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1989 Nomor 49), dan berbagai aturan turunannya yang relevan.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Dalam hal ini yang digunakan adalah berbagai sumber pustaka yang berhubungan dengan hukum perlindungan anak, dan buku yang berhubungan dengan hukum media elektronik, hukum ketenagakerjaan, dan hukum perikatan serta berbagai literatur yang berkaitan.
- c. Bahan Hukum Tertier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Selain dengan menggunakan teknik studi kepustakaan, penulis juga akan melakukan wawancara secara kualitatif dengan subjek yang terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan hukum ini, seperti; *online influencer* (yang sudah cakap maupun yang dibawah umur) untuk

mengetahui bentuk-bentuk perjanjian yang mereka buat dan problematika hukum yang mereka alami mengenai keabsahan perjanjian tersebut, dan *Partnership Manager* dari MCN yang melakukan kegiatan usahanya di wilayah Negara Indonesia untuk mengetahui isi perjanjian yang ditawarkan kepada *online influencer*.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab. Adapun pembagian tersebut bertujuan agar lebih sistematis dan mudah dalam memahami setiap pembahasan. Tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub bab yang menjelaskan komponen-komponen dari permasalahan.

Bab I : Bab ini merupakan bab pendahuluan, Bab ini, dibagi lagi menjadi sub-bab yaitu identifikasi masalah di mana penulis menuliskan latar belakang masalah, permasalahan apa saja yang akan dipecahkan, lalu tujuan dari penelitian ini, selanjutnya kegunaan dari penelitian yang akan dilakukan, lalu metode penelitian apa yang akan penulis pakai.

Bab II : Bab ini membahas tentang pengertian dari *online influencer*, pihak-pihak yang terkait kepadanya, serta perjanjian-perjanjian yang dibuat oleh *online influencer* dibawah umur.

Bab III : Bab ini membahas tentang apa yang dapat mengatasi masalah keabsahan perjanjian yang dibuat oleh *online influencer* dibawah umur, serta akibat-akibat hukum yang akan terjadi apabila unsur subjektif dari syarat keabsahan perjanjian yang dibuat oleh *online influencer* dibawah umur tidak terpenuhi.

Bab IV : Bab ini penulis akan menuliskan kesimpulan dan beberapa saran dari seluruh pokok permasalahan yang dibahas dalam penulisan ini.