



## PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PELAKU USAHA ATAS KERUGIAN YANG DIDERITA AKIBAT ULASAN NEGATIF DI MEDIA SOSIAL OLEH KONSUMEN

Nanda Pratiwi Putri<sup>1</sup>, Aliesa Amanita, S.H., M.Kn.<sup>2</sup>, R. Ardini Rakhmania, S.H., M.Kn.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Prodi Ilmu Hukum Unjani

<sup>2</sup> Universitas Jenderal Achmad Yani

### Article Info

#### Corresponding Author:

Penulis Korespondensi

✉ [nandaaaprt123@gmail.com](mailto:nandaaaprt123@gmail.com)

#### History:

Submitted: xx-xx-xxxx

Revised: xx-xx-xxxx

Accepted: xx-xx-xxxx

#### Keyword:

Consumers; Entrepreneurs;  
Negative Reviews; Social Media.

#### Kata Kunci:

Konsumen; Media Sosial; Pelaku Usaha;  
Ulasan Negatif.



Copyright © 2024  
by Jurnal  
Rechtswetenschap

**All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of the Constitutional Court.**

### Abstract

*Negative reviews are opinions or assessments given by consumers of a product that contain criticism, suggestions, dissatisfaction, or complaints. The purpose of this study is to determine and analyze the positive law governing consumer behavior in conducting negative reviews, as well as to know the legal remedies that can be taken by business actors if they suffer losses due to negative reviews. The research method used is the normative juridical approach. The results show that negative reviews are one of the forms of freedom of speech rights protected by the Indonesian constitution, which in its implementation must still pay attention to the limits regulated by law so as not to cause harm to other parties. The repressive legal efforts that can be made by business actors are by complying with the obligations specified by law. Meanwhile, preventive legal efforts can be made by filing a lawsuit either civilly based on Article 1365 of the Civil Code or filing criminal charges based on Articles 310 and 315 of the Criminal Code, as well as Article 27A of the ITE Law.*

### Abstrak

Ulasan negatif adalah pendapat atau penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu produk yang berisi kritik, saran, ketidakpuasan, maupun keluhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hukum positif mengatur perilaku konsumen dalam melakukan ulasan negatif, serta mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha apabila menderita kerugian akibat dari ulasan negatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan negatif merupakan salah satu dari bentuk hak kebebasan berpendapat yang dilindungi oleh konstitusi Indonesia, yang dalam pelaksanaannya harus tetap memperhatikan batasan-batasan yang diatur oleh undang-undang agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Adapun upaya hukum represif yang dapat dilakukan pelaku usaha yaitu dengan mematuhi kewajiban yang ditentukan oleh undang-undang. Sedangkan upaya hukum preventif dapat dilakukan dengan mengajukan gugatan baik secara perdata berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata maupun mengajukan

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

*Digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran atau promosi suatu produk barang maupun jasa dengan menggunakan media sosial atau internet yang bertujuan untuk menarik konsumen baru dengan cara yang efektif dan efisien. *Digital marketing* merupakan kegiatan bisnis yang memanfaatkan *platform digital* untuk mempromosikan produk dan layanan secara online guna mencapai tujuan bisnis. Contoh *digital marketing* dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu melalui internet dengan menggunakan SEO (*Search Engine Optimization*), *e-mail*, media sosial, *webiste*, dan aplikasi *online* lainnya, maupun non-internet melalui televisi, baliho, radio, dan *billboard*.<sup>1</sup>Selain meningkatkan penjualan, *digital marketing* memiliki potensi untuk meningkatkan efektivitas sebuah produk dengan tepat sasaran. Salah satu manfaat yang diperoleh dari pemanfaatan media sosial adalah sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk dan jasa. Dari segi keuangan, digital marketing memberikan potensi besar untuk meningkatkan profitabilitas.<sup>2</sup>

Media sosial sebagai salah satu *platform digital marketing*, memungkinkan penggunaannya untuk, melalui pengalaman, keahlian, informasi, serta pengetahuan yang dimilikinya, dapat membuktikan kelebihan dan kekurangan sebuah produk barang maupun jasa, atau yang biasa disebut sebagai *expertise*. Dalam konteks media sosial atau ulasan produk, *expertise* dapat merujuk pada kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian atau tinjauan yang informatif dan berpengaruh berdasarkan pengetahuan atau pengalaman khususnya dalam suatu bidang. Dengan keahlian ini, seseorang dapat berbagi pendapat mereka mengenai suatu produk dengan pengguna lain sebagai sesama pengguna platform media sosial.

Dalam menggunakan media sosial, konsumen memiliki peran yang bermacam-macam, yaitu peran sebagai *user* (pengguna), *buyer* (pembeli), dan *influencer* (pemberi pengaruh).

---

<sup>1</sup> Kelurahan Ngestiharjo, "Apa Saja Kategori Digital Marketing?" [Daring]. Tersedia pada <https://ngestiharjo.bantulkab.go.id/first/artikel/1070-Apa-saja-Kategori-Digital-Marketing-> (Diakses pada 20 Oktober 2023)

<sup>2</sup> Fedianty Augustinah, Widayati, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Dialektika*, Vol. 4, No. 2, (September 2019) hlm. 9

Penggunaan istilah "*influencer*" dalam konteks ini mengacu pada individu yang aktif di media sosial, memiliki jumlah pengikut yang besar, dan memposting ulasan dalam bentuk foto atau video yang dapat memberikan pengaruh kepada para pengikutnya di sebuah platform untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Peran ini menciptakan tren baru di masyarakat, yaitu fenomena "ulasan" yang menyerupai testimonial.<sup>3</sup>

Ulasan produk adalah evaluasi atau penilaian yang diberikan oleh seseorang atau pihak tertentu terhadap suatu produk setelah pengalamannya menggunakan atau melakukan penelitian menyeluruh terkait produk tersebut. Tindakan memberikan ulasan oleh konsumen adalah salah satu wujud dari hak kebebasan berpendapat, yang dijamin dan diakui oleh Pasal 28E ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Pasal ini menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak untuk berkumpul, berserikat, dan menyampaikan pendapatnya.<sup>4</sup> Melalui ulasan produk, mencerminkan pelaksanaan hak untuk menyampaikan pendapat oleh konsumen sebagaimana diamanatkan UUD 1945. Oleh karena itu, memberikan ulasan atau menyampaikan pendapat adalah hak yang dijamin oleh UUD 1945. Selain diamanatkan oleh UUD 1945, kebebasan berpendapat juga tercantum dalam Undang – Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (UU HAM No. 39/1999) dimana kebebasan berpendapat merupakan salah satu hak asasi manusia yang diuraikan dalam Pasal 23 ayat (2).

Selain itu, berdasarkan Pasal 4 huruf d dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK No. 8/1999), konsumen mempunyai hak untuk didengarkan dalam hal menyampaikan keluhan dan pendapatnya terhadap produk maupun layanan yang sudah mereka pakai. Dari perspektif pelaku usaha, pelaku usaha memiliki kewajiban sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 huruf e UUPK No. 8/1999. Pasal ini menetapkan bahwa pelaku usaha harus memberikan peluang kepada konsumen untuk mencoba produk atau layanan yang mereka jual, sambil menawarkan jaminan atau garansi atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Meskipun kebebasan menyatakan pendapat di Indonesia dijamin sebagai salah satu hak dasar yang dilindungi, perlu diketahui bahwa dalam pelaksanaannya, hak tersebut harus tetap

---

<sup>3</sup> Nandy. "Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Pengaruhnya terhadap Bisnis." [Daring]. Tersedia pada <https://www.gramedia.com/literasi/influencer/> (Diakses pada 25 Oktober 2023)

<sup>4</sup> Dimas Hutomo, "Pembatasan Berkomentar di Medsos Merampas Hak Kebebasan Berpendapat?" [Daring]. Tersedia pada <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pembatasan-berkomentar-di-medsos-merampas-hak-kebebasan-berpendapat-lt5d2d75a9b17f0> (Diakses pada 1 Desember 2023)

mematuhi batasan-batasan tertentu. Batasan-batasan tersebut mencakup nilai-nilai agama, kesusilaan, ketertiban, kepentingan umum, dan keutuhan negara. Pembatasan ini sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 28J ayat (2) UUD 1945:

*“Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis.”<sup>5</sup>*

Oleh karena itu dalam menyatakan pendapatnya, konsumen perlu memperhatikan batasan-batasan sehingga menghindari kemungkinan mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha. Saat memberikan ulasan, konsumen harus mempertimbangkan kehormatan terhadap hak dan kepentingan pelaku usaha. Walaupun kebebasan berpendapat memiliki nilai yang penting, konsumen juga memikul tanggung jawab untuk memberikan ulasan yang objektif dan didasarkan pada pengalaman nyata. Konsumen juga memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan pembelian barang dan/atau jasa sebagaimana yang tercantum dalam UUPK No. 9/1999.

Saat ini, ulasan di media sosial semakin marak dan menjadi tren yang berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube menyediakan platform yang mudah diakses untuk berbagi ulasan. Kemudahan ini membuat siapa saja bisa menjadi reviewer dan menyampaikan pendapat mereka secara luas. Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara reviewer dan pembaca. Pembaca dapat mengajukan pertanyaan, memberikan komentar, atau bahkan meminta rekomendasi lebih lanjut, yang meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan.

Selain itu, ulasan di media sosial mayoritas menggunakan gambar dan video, yang membuat ulasan tersebut lebih menarik dan mudah dipahami. Ulasan visual ini bisa menunjukkan produk dalam penggunaan nyata, yang memberikan gambaran lebih jelas kepada calon pembeli. Dengan begitu, keterbukaan informasi tentang kelebihan dan kekurangan suatu produk atau layanan menjadi lebih terbuka. Hal ini mendorong para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka agar mendapat ulasan positif.

---

<sup>5</sup> Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Biasanya ulasan negatif berisi tentang berbagai keluhan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau layanan. Seringkali, ulasan ini mencakup masalah kualitas produk, seperti produk yang cacat atau rusak, tidak sesuai deskripsi, atau memiliki daya tahan yang rendah. Pengiriman dan pengembalian juga sering dikeluhkan, dengan ulasan yang menyebutkan pengiriman terlambat, biaya pengiriman yang tinggi, dan proses pengembalian yang sulit. Aspek harga dan nilai juga menjadi perhatian, di mana pelanggan merasa harga produk terlalu mahal atau tidak sebanding dengan kualitas yang diberikan. Ulasan negatif juga sering menyoroti kegunaan dan fungsionalitas produk yang tidak berfungsi seperti yang diharapkan atau kekurangan fitur yang dijanjikan.

Permasalahan kemudian muncul ketika konsumen memberikan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas sehingga merugikan pelaku usaha, seperti dalam kasus ulasan negatif oleh seorang *influencer* bernama Mayang terhadap sebuah produk *skincare* bernama Tan Skin. Mayang mengunggah ulasan di media sosial yang isinya menyatakan bahwa produk Tan Skin menyebabkan jerawat dan kerusakan di wajahnya. Akibatnya, Tan Skin mengalami kerugian materiil dan imateriil. Penjualan produk mereka menurun hingga 50% setelah Mayang memposting ulasan tersebut. Tan Skin juga menderita kerugian imaterial, karena banyak orang mempertanyakan apakah produk tersebut mengandung zat berbahaya, belum mendapatkan izin BPOM, dan sertifikat halal. Hal ini menyebabkan Tan Skin kehilangan konsumen.

Dalam hal ini Mayang merupakan konsumen yang termasuk kategori *influence* atau pemberi pengaruh kepada calon konsumen lainnya. Oleh karena itu, Mayang juga diberikan hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan. Akan tetapi, perlu diingat bahwa konsumen juga memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dimana proses pembelian hingga barang dan atau jasa diterima oleh konsumen harus didasari dengan adanya itikad baik dan tidak bermaksud untuk merugikan pihak lainnya. Dalam kasus ini, diketahui kemudian bahwa wajah dari Mayang memang sudah mengalami kerusakan dari sebelum menggunakan produk Tan Skin. Mayang sendiri kemudian mengaku bahwa ulasan negatif tersebut dibuat atas dorongan dari ayahnya, Doddy Sudrajat, dan ia belum sepenuhnya mencoba produk Tan Skin saat memberikan ulasan tersebut.

Hal ini menunjukkan adanya itikad tidak baik dari Mayang dalam melakukan ulasan, dimana Mayang belum benar-benar menggunakan produk Tan Skin. Hal ini berarti bahwa ulasannya tidak didasarkan pada pengalaman nyata, melainkan berdasarkan asumsi belaka

dan tidak sadar akan dampak negatif yang akan diderita pelaku usaha. Selain itu, Mayang juga mengaku bahwa ulasan negatif tersebut dilakukan atas dorongan dari ayahnya. Hal ini mengindikasikan adanya motif yang mungkin tidak murni atau personal dalam ulasan tersebut. Ulasan tersebut juga menyebabkan kerugian besar bagi Tan Skin, baik dari segi finansial maupun reputasi.

Dalam penjelasan kasus di atas, hukum memiliki peranan penting. Oleh karena itu, dibutuhkan peraturan hukum yang lebih rinci dan tegas agar tidak hanya hak-hak konsumen saja yang mendapatkan perlindungan, melainkan juga hak-hak pelaku usaha. Hal ini berkaitan dengan salah satu hak pelaku usaha, yaitu hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 6 huruf b UUPK No. 8/1999. Meskipun UUPK No. 8/1999 memberikan perlindungan kepada pelaku usaha, namun fokus utamanya adalah memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Hal ini terlihat pada Pasal 45-63 UUPK No. 8/1999 yang mengatur prosedur penyelesaian sengketa konsumen apabila konsumen mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha, tetapi tidak memberikan pedoman mengenai mekanisme penyelesaian apabila pelaku usaha merasa dirugikan oleh konsumen.

Indonesia menerapkan prinsip hukum *the rule of law*, yang terkandung dalam Pasal 27 ayat (1) UUD 1945. Pasal tersebut menyatakan bahwa seluruh warga negara memiliki posisi yang setara di dalam hukum dan pemerintahan, serta wajib menghormati hukum dan pemerintahan tanpa pengecualian. Dalam hal ini, pelaku usaha juga diberikan kedudukan dan posisi yang setara di mata hukum serta memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang lebih memberikan perlindungan bagi pelaku usaha.

Penelitian ini dilakukan oleh penulis sendiri dan bukan hasil dari plagiasi penelitian atau karya tulis terdahulu. Apabila terdapat kesamaan dalam tema maupun pembahasan, pada penelitian ini membahas dari sisi yang berbeda dari karya tulis sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Vanessa Stefanie, dkk. Pada tahun 2021 dengan judul, "Perlindungan Konsumen dalam Memberikan Review Produk yang Jujur di Media Sosial." Penelitian ini mengkaji aspek perlindungan terhadap konsumen yang memberikan ulasan yang jujur melalui platform media sosial mengenai produk kosmetik yang beredar di pasar bebas, di mana konsumen tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang cara menyampaikan pendapat dengan benar di media sosial.

2. Penelitian kedua yaitu dilakukan oleh Jonathan Agustinus pada tahun 2023 dengan judul, “Perlindungan Konsumen atas Testimoni Tidak Sesuai pada *Electronic Commerce* (Studi Kasus pada Aplikasi Shopee). Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengaturan perlindungan konsumen terkait ulasan yang tidak sesuai dalam transaksi E-Commerce di Indonesia, serta kendala dan cara mengatasi sengketa yang timbul akibat review tidak sesuai dalam transaksi *E-Commerce*.

## **2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, dengan ini penulis dapat menemukan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Rumusan masalah yang akan dibahas antara lain:

1. Bagaimana hukum positif mengatur perilaku konsumen dalam melakukan ulasan negatif sebagai upaya melindungi hak pelaku usaha?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan pelaku usaha atas kerugian yang diderita akibat ulasan negatif di media sosial?

## **3. Metode Penelitian**

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah metode analisis normatif kualitatif, dimana proses penelitian dilakukan dengan mengacu pada norma hukum, aturan hukum, dan asas-asas hukum untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Data yang diperoleh digunakan untuk menghasilkan argumen, teori atau konsep baru sebagai bahan untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah studi dokumen dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen dari berbagai literatur maupun bahan bacaan yang sesuai dengan permasalahan yang penulis bahas.<sup>6</sup> Penulis menggunakan data sekunder seperti buku hukum yang berkaitan dengan perlindungan bagi pelaku usaha, jurnal-jurnal penelitian hukum terkait hak-hak pelaku usaha yang harus dilindungi, ketentuan mengulas suatu produk, serta peraturan perundang-undangan seperti UUPK No. 8/1999 dan UU ITE No. 1/2024, maupun dari internet yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis bahas.

---

<sup>6</sup> John W. (2019). Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Yogyakarta: PustakaPelajar. Hlm 248.

## B. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Perilaku Konsumen dalam Melakukan Ulasan Negatif Menurut Hukum Positif di Indonesia

Setiap konsumen mempunyai hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhannya terkait produk barang dan/atau jasa yang digunakan. Saat ini, konsumen juga memanfaatkan adanya teknologi informasi dengan menyampaikan penilaian tersebut di media sosial atau biasa disebut dengan pemberian suatu ulasan. Dalam hal ini, melakukan ulasan adalah salah satu bentuk kebebasan berpendapat yang dimiliki oleh setiap individu. Kebebasan berpendapat dipahami sebagai hak atas kebebasan pribadi yang menuntut pemenuhan dan perlindungan, serta dijamin oleh konstitusi. Hukum positif di Indonesia memberikan hak kebebasan berpendapat kepada setiap individu dan/atau badan hukum sebagai subjek hukum, dengan jaminan kebebasan berkumpul, berserikat, dan menyampaikan pendapat. Perlindungan serta jaminan akan kebebasan menyampaikan pendapat yang dimiliki seseorang ini tertuang dalam Konstitusi UUD NKRI 1945 Pasal 28 yang menyatakan bahwa:

*“Hak warga negara dan penduduk untuk berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan maupun tulisan, dan sebagainya, syarat-syarat akan diatur dalam undang-undang.”*

Ketentuan ini memberikan perlindungan dan jaminan terhadap kebebasan berpendapat yang dijunjung tinggi di Indonesia. Karena pengakuan dan jaminan kebebasan berpendapat diatur dalam konstitusi, maka semua ketentuan dan peraturan perundang-undangan di bawahnya harus sesuai dan tidak boleh bertentangan dengan konstitusi tersebut. Selanjutnya Pasal 23 ayat (2) Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia menyatakan:

*“Setiap orang bebas untuk mempunyai, mengeluarkan dan menyebarkan pendapat sesuai hati nuraninya, secara lisan dan atau tulisan melalui media cetak maupun elektronik dengan memperhatikan nilai-nilai agama, kesusilaan, ketertiban, kepentingan umum, dan keutuhan bangsa.”<sup>7</sup>*

Dalam hal ini ulasan adalah salah satu bentuk penyampaian pendapat yang disampaikan melalui media elektronik, yaitu media sosial. Setiap individu memiliki kebebasan untuk

---

<sup>7</sup> Pasal 23 ayat (2) Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia



menyampaikan dan menyebarkan pendapat sesuai dengan hati nuraninya, baik secara lisan maupun tulisan. Namun, penting diingat bahwa meskipun kebebasan menyatakan pendapat tersebut dijamin sebagai salah satu hak dasar yang dilindungi, dalam pelaksanaannya harus tetap memperhatikan nilai-nilai agama, kesusilaan, ketertiban, kepentingan umum, dan keutuhan bangsa. Bahwa pelaksanaan hak tidak dapat dilakukan dengan cara melanggar hak asasi orang lain. Pembatasan ini sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 28J ayat (2) UUD 1945:

*“Dalam menjalankan hak dan kebebasannya, setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang dengan maksud untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat demokratis.”<sup>8</sup>*

Pasal 23 ayat (2) terdapat ketentuan yang menyatakan dengan memperhatikan nilai-nilai agama, kesusilaan, ketertiban umum dan keutuhan bangsa. Hal ini berkaitan dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat, terutama norma kesopanan. Pada dasarnya, konsumen memiliki batasan ketika memberikan ulasan tentang produk atau jasa di media sosial. Norma kesopanan adalah aspek penting yang harus diperhatikan saat membuat ulasan. Selain itu, konsumen dalam melakukan ulasan harus didasarkan atas kejujuran, tidak berlebihan, dan bertanggung jawab. Penggunaan tutur bahasa yang wajar dan sesuai dengan norma kesopanan juga sangat penting dalam menyampaikan ulasan tersebut.

Oleh karena itu, dalam menggunakan hak berpendapat di mana saja dan melalui media apa pun, termasuk media sosial, penting untuk memperhatikan hak orang lain serta pembatasan-pembatasan yang diatur dalam undang-undang, karena kebebasan individu tidaklah mutlak dan harus disertai dengan tanggung jawab. Pembatasan yang ditetapkan oleh undang-undang bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara hak individu dan kepentingan umum. Penerapan pembatasan ini adalah upaya untuk menciptakan lingkungan yang adil dan teratur, di mana setiap orang dapat menikmati kebebasannya tanpa mengganggu hak orang lain. Oleh karena itu dalam menyatakan pendapatnya, konsumen perlu memperhatikan batasan-batasan sehingga menghindari kemungkinan mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha.

---

<sup>8</sup> Pasal 28J ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Selain itu, konsumen juga memiliki kewajiban untuk bertindak dengan itikad baik saat melakukan transaksi pembelian produk barang maupun jasa. Konsumen diharapkan untuk berperilaku jujur, adil, dan tidak menyalahgunakan hak-haknya. Tidak hanya pada saat proses pembelian, namun juga hingga saat konsumen menjalankan hak terakhirnya dalam rangkaian proses pembelian yaitu memberikan ulasan terkait produk tersebut.

Ketentuan pada Pasal 23 ayat (2) UU HAM No. 39//1999 di atas sejalan dengan isi dari Pasal 27A UU ITE No. 1/2024 karena terdapat frasa “...secara lisan dan atau tulisan melalui media cetak maupun elektronik.” Seperti yang diketahui, penggunaan teknologi di dunia maya di Indonesia saat ini diatur oleh UU ITE No. 1/2024. Namun di dalamnya tidak secara tegas mengatur mengenai ketentuan menyampaikan pendapat di media sosial, ketentuan mengenai hal tersebut hanya tercantum dalam satu pasal yaitu Pasal 27A yang menyatakan:

*“Setiap orang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan cara menuduhkan suatu hal, dengan maksud supaya hal tersebut diketahui umum dalam bentuk Informasi Elektronik dan/atau dokumen elektronik yang dilakukan melalui sistem elektronik”.*<sup>9</sup>

Di dalamnya tersirat mengenai adanya suatu batasan dalam menyampaikan pendapat di media sosial karena berpotensi merugikan orang lain. Setiap orang yang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan menuduhkan suatu hal di media sosial, dengan tujuan agar tuduhan tersebut diketahui oleh umum, dapat dikenai sanksi. Dalam hal ini, melakukan ulasan terhadap suatu produk melalui media sosial dapat dikategorikan sebagai informasi elektronik. Ulasan negatif yang beralih menjadi serangan pribadi atau fitnah bisa dianggap sebagai pelanggaran terhadap kehormatan atau nama baik seseorang, dalam hal ini kehormatan dari pelaku usaha.

Di sisi lain, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut bertujuan agar setiap kegiatan usaha yang dijalankan pelaku usaha tidak bertentangan atau merugikan hak-hak konsumen. Dalam hal adanya suatu kewajiban ataupun bagi pelaku usaha untuk mencantumkan informasi mengenai barang, itu sudah menunjukkan bahwa adanya suatu itikad baik dan memberikan pelayanan bagi konsumen secara jujur. Ketika pelaku usaha mencantumkan informasi yang benar dan lengkap tentang barang atau jasa yang mereka jual, mereka memberikan pelayanan yang jujur kepada

---

<sup>9</sup> Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

konsumen. Informasi ini bisa mencakup harga, kualitas, spesifikasi, tanggal kadaluarsa (untuk produk makanan), serta cara penggunaan dan perawatan. Dengan demikian, konsumen dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang mereka terima, dan merasa lebih percaya terhadap pelaku usaha tersebut.

Namun, dalam hal ini konsumen harus tetap berhati-hati dan sadar akan barang maupun jasa yang akan digunakan dengan membaca informasi dan aturan pakai. Hal tersebut sejalan dengan kewajiban konsumen untuk membaca atau mengikuti petunjuk, informasi dan prosedur penggunaan barang maupun jasa demi keamanan dan keselamatan. Dalam hal ini pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memberikan kesempatan pada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan jasa tertentu serta memberikan jaminan atas barang yang dibuat atau diperdagangkan. Hal tersebut dapat menghindari terjadinya ulasan negatif oleh konsumen kepada pelaku usaha, serta konsumen juga terhindar dari adanya potensi merugikan hak-hak pelaku usaha.

Oleh karena itu, pada dasarnya ulasan negatif sangat diperbolehkan untuk perbaikan layanan dari pelaku usaha itu sendiri. Konsumen cenderung lebih percaya pada usaha yang transparan dan terbuka terhadap kritik. Dengan menanggapi ulasan negatif secara penuh, pelaku usaha menunjukkan bahwa mereka peduli pada pengalaman konsumen dan berkomitmen untuk memperbaiki kekurangan. Ulasan yang menimbulkan permasalahan kemudian adalah ulasan yang tidak jujur dan tidak sesuai dengan fakta yang ada. Dengan begitu, maka pemberian ulasan tersebut dapat dikatakan telah mencemarkan nama baik dari suatu produk. Selain itu, penggunaan kata-kata kasar dalam melakukan ulasan berpotensi mencederai hak-hak orang lain, membuat seseorang dapat lebih susah untuk memahami apa yang disampaikan sehingga mengakibatkan pemahaman yang multitafsir dan akhirnya menimbulkan permasalahan. Menuduhkan suatu hal yang tidak benar dengan tidak disertai bukti yang nyata berupa foto maupun video membuat pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan karenanya.

Setiap pelaku usaha harus menyediakan layanan keluhan yang mudah diakses oleh konsumen serta memberikan jaminan atau garansi atas produk yang dibuat dan dijual. Layanan tersebut harus responsif dan mampu menanggapi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat. Dalam hal ini konsumen dapat memanfaatkan platform tersebut untuk terlebih dahulu menyampaikan keluhan atau kritik secara langsung kepada pelaku usaha, misalnya melalui *direct message*, *email*, kontak layanan pengaduan konsumen yang disediakan, atau

kepada pelayan toko. Hal ini juga akan sangat membantu jika di kemudian hari ulasan dimintakan pertanggungjawabannya oleh pelaku usaha atau jika timbul sengketa. Apabila ingin melakukan ulasan negatif, sebaiknya konsumen menyampaikan ulasan dalam bahasa yang baik dan patut, memberikan ulasan dengan jujur apa adanya, melampirkan bukti seperti foto atau video sebagai bukti pendukung terhadap ulasan yang diberikan. Jika melampirkan bukti seperti foto atau video, perhatikan foto atau video yang diunggah setidaknya jelas misalnya dari segi cahaya, audio serta kualitas pengambilan gambar.

## **2. Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Pelaku Usaha atas Kerugian yang Diderita Akibat Ulasan Negatif di Media Sosial**

Dalam konteks perlindungan hukum bagi pelaku usaha, pemerintah memiliki peranan penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha dapat menjalankan aktivitasnya dengan aman dan tanpa gangguan yang merugikan. Dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum bagi pelaku usaha, negara memiliki tanggung jawab atas penyelenggaraan perlindungan hukum untuk menciptakan iklim usaha yang sehat antara konsumen dan pelaku usaha sehingga meminimalisir terjadinya konflik yang merugikan kedua belah pihak. Penyelenggaraan perlindungan hukum ini mencakup adanya upaya hukum yang diwujudkan dengan adanya peraturan yang menjamin perlindungan hukum bagi pelaku usaha di dalamnya.

Dalam hal ini, upaya hukum terbagi ke dalam dua bentuk, yaitu upaya hukum preventif dan upaya hukum represif. Upaya hukum preventif adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum dan tercermin dalam ketentuan peraturan perundang-undangan. Upaya hukum preventif dilakukan dengan menciptakan suatu peraturan undang-undang yang bisa memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha di dalamnya. Hal tersebut tercermin dengan adanya hak-hak pelaku usaha yang diatur dalam UUPK No. 8/1999. Dalam Pasal 6 disebutkan mengenai hak-hak pelaku usaha, di antaranya adalah hak untuk mendapat perlindungan hukum dari itikad tidak baik dari konsumen, hak untuk membela diri sepatutnya dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, dan hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan dari barang atau jasa yang diperdagangkan.

Upaya hukum preventif juga dapat dikatakan sebagai upaya yang dilakukan sebelum terjadinya sengketa sebagai bentuk pencegahan terjadinya pelanggaran hukum. Bagi pelaku usaha, upaya hukum preventif melibatkan kepatuhan terhadap kewajiban yang diatur dalam undang-undang. Untuk menghindari ulasan negatif dari konsumen, pelaku usaha dapat

melakukan tindakan pencegahan dengan menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai kondisi produk serta memberikan jaminan atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Tindakan ini mencakup penjelasan tentang spesifikasi produk, cara penggunaan, perbaikan, maupun pemeliharaan. Hal tersebut dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti menyediakan video tutorial, atau mencantumkan cara pakai di kemasan produk. Penyediaan informasi ini tidak hanya membantu konsumen menggunakan produk dengan benar, tetapi juga melindungi pelaku usaha dari ulasan negatif yang mungkin timbul akibat dari kesalahan penggunaan.

Tindakan pencegahan lainnya dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang benar, jujur, dan non-diskriminatif kepada konsumen untuk memastikan bahwa semua konsumen diperlakukan dengan adil tanpa memandang latar belakang mereka, seperti ras, agama, jenis kelamin, atau status sosial. Menjamin mutu barang dan/atau jasa sesuai dengan standar yang berlaku, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, dengan menyertakan jaminan atau garansi atas produk yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, serta memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan atau apabila keadaan barang/jasa tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

Dalam hal ini, pemberian garansi atau jaminan menjadi hal yang sangat diperhatikan dan wajib dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang membuat barang dengan penggunaan berkelanjutan selama setidaknya satu tahun harus menyediakan suku cadang dan/atau layanan purna jual. Purna jual adalah layanan yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen setelah transaksi pembelian produk atau jasa selesai. Ruang lingkup layanan purna jual mencakup beragam masalah dan menawarkan jaminan penggantian biaya apabila barang atau jasa tidak memenuhi ketentuan perjanjian awal. Selama masa garansi, barang yang rusak dapat diperbaiki tanpa biaya, dan suku cadang tetap mudah diakses untuk jangka waktu yang lama setelah selesainya transaksi konsumen.

Apabila pelaku usaha telah memenuhi semua kewajiban tersebut, maka ia tidak dapat disalahkan atas kerugian yang dialami oleh konsumen, karena kerugian tersebut bukan disebabkan oleh pelaku usaha. Namun, jika setelah memenuhi kewajiban tersebut pelaku usaha tetap menderita kerugian, terdapat upaya hukum represif yang dapat ditempuh. Upaya

hukum represif adalah langkah terakhir dalam perlindungan hukum yang melibatkan pemberian sanksi setelah terjadi sengketa atau terjadinya pelanggaran hukum.

Pada dasarnya pelaku usaha dan konsumen telah sepakat untuk melakukan transaksi jual beli, dan sama-sama telah memenuhi prestasi mereka masing-masing. Pelaku usaha telah mengirimkan barang dalam kondisi baik dan memberikan pelayanan maksimal, sementara konsumen telah memesan, melakukan pembayaran, dan menerima barang tersebut. Namun, ada satu aspek lagi yang seharusnya dipenuhi dengan baik oleh konsumen, yaitu memberikan ulasan. Ulasan ini penting sebagai bentuk apresiasi maupun sebagai saran dan kritik yang membangun kepada penjual agar terus meningkatkan kualitas dan pelayanannya.

Sebagaimana diketahui, konsumen mempunyai kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Idealnya, konsumen harus memberikan ulasan yang sesuai dengan pelayanan dan kondisi barang yang telah diterimanya. Namun, saat ini marak terjadi bahwa seseorang memberikan ulasan negatif tanpa alasan yang jelas. Orang tersebut seringkali tidak memiliki kapasitas atau pengetahuan yang memadai dalam bidang tersebut dan hanya melakukan ulasan demi iseng atau untuk konten semata. Seperti pemberian ulasan negatif pada kasus Mayang sebagaimana telah diuraikan pada latar belakang di atas yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang beritikad tidak baik. Konsumen dapat dikatakan telah melanggar asas itikad baik karena para konsumen tersebut melakukan pemberian ulasan negatif tanpa ada alasan yang jelas dan logis yang menjurus ke pelaku tidak jujur (tidak beritikad baik) apalagi dalam hal ini terbukti bahwa Mayang melakukan ulasan tidak berdasarkan pengalaman nyata dan diperintah oleh seseorang untuk melakukan ulasan negatif.

Ketika konsumen tidak jujur dalam melaksanakan haknya yang seharusnya memberikan ulasan yang sesuai dengan pelayanan serta kondisi produk yang diterima, maka konsumen tersebut dianggap melakukan perbuatan tidak jujur dan menyesatkan sehingga dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak beritikad baik dalam memberikan ulasan. Berdasarkan paparan di atas, disamping konsumen telah melanggar asas itikad baik, permasalahan ini juga dapat tergolong dalam perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*). Perbuatan melawan hukum terdapat dalam Pasal 1365 KUHPerdara yang berbunyi:

*“Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.”<sup>10</sup>*

Konsumen telah menyalahgunakan haknya dan merugikan pelaku usaha yang sudah bertindak dengan itikad baik. Pelaku usaha telah menjual barang dalam kondisi baik, memberikan informasi yang jelas tentang produk, dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dalam melaksanakan transaksi jual beli. Akibat dari tindakan konsumen ini, pelaku usaha mengalami kerugian materiil dan imateril. Oleh karena itu, pelaku usaha berhak menuntut ganti rugi dari konsumen yang telah merugikannya.

Perbuatan konsumen yang memberikan ulasan negatif tidak sesuai dengan fakta yang ada merupakan perbuatan melawan hukum karena telah melanggar hak orang lain (hak pelaku usaha). Dengan adanya ulasan negatif yang tidak sesuai dengan fakta tersebut, menyebabkan pelaku usaha rugi secara materiil dan imateril karena penjualan menurun sebagai dampak dari adanya ulasan negatif. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam memberikan ulasan negatif termasuk kesalahan yang disengaja maupun kesalahan karena kurangnya kehati-hatian karena tidak mengetahui akibat dari perbuatannya tersebut, padahal pelaku usaha sudah jujur dengan menjual barang yang baik dan telah memberikan pelayanan kepada konsumen dengan mencatumkan segala informasi dan deskripsi produk. Dalam hal ini mengindikasikan adanya hubungan sebab-akibat antara perbuatan yang melanggar hukum dan kerugian yang ditimbulkan dimana pelaku usaha menderita kerugian akibatnya.

Selanjutnya, Apabila muatan ulasan tersebut memuat kata-kata yang bersifat merendahkan, ejekan, atau menggunakan kata-kata kasar yang tidak pantas, hal tersebut dapat digolongkan sebagai tindak pidana penghinaan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 315 KUHP:

*“Tiap-tiap penghinaan dengan sengaja yang tidak bersifat pencemaran atau pencemaran tertulis yang dilakukan terhadap seseorang, baik di muka umum dengan lisan atau tulisan, maupun di muka orang itu sendiri dengan lisan atau perbuatan, atau dengan surat yang dikirimkan atau diterimakan kepadanya, diancam karena penghinaan ringan dengan pidana penjara paling lama empat bulan dua minggu atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.”<sup>11</sup>*

---

<sup>10</sup> Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>11</sup> Pasal 315 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Ketentuan ini mengatur tindakan penghinaan yang dilakukan dengan mengeluarkan perkataan tidak senonoh terhadap orang lain. Penghinaan tersebut bisa terjadi di muka umum, baik melalui lisan atau tulisan, atau di hadapan orang yang dihina itu sendiri, baik secara lisan, tulisan, maupun dengan perbuatan. Selain itu, penghinaan juga dapat dilakukan melalui tulisan yang dikirimkan langsung kepada orang yang bersangkutan. Aturan ini bertujuan untuk melindungi martabat dan harga diri setiap individu dari tindakan yang merendahkan, baik di ruang publik maupun secara pribadi.

Berdasarkan ketentuan Pasal 315 KUHP, jika seorang konsumen memberikan ulasan menggunakan kata-kata kurang pantas dan tidak sesuai dengan fakta, baik secara lisan maupun tertulis, tindakan tersebut dapat dikenakan sanksi pidana karena memenuhi unsur penghinaan yang mencakup pencemaran dalam bentuk tulisan maupun lisan. Hal ini berlaku khususnya ketika kata-kata tidak pantas tersebut disampaikan melalui tulisan yang dapat diakses oleh publik, seperti di *website* atau *caption* di media sosial. Ulasan negatif yang disebarluaskan secara publik tersebut dapat merusak reputasi bisnis pelaku usaha, sehingga konsumen yang melakukan penghinaan tersebut dapat diadili sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Beritikad tidak baik dengan memberikan ulasan negatif yang tidak jujur, konsumen tersebut dapat pula dianggap telah melakukan pencemaran nama baik. Tindakan ini dianggap sebagai pencemaran karena konsumen secara sengaja memberikan ulasan negatif yang tidak sesuai dengan pengalaman yang didapat, menyebarkan informasi yang tidak akurat dan menyesatkan. Maka pelaku usaha bisa berpedoman pada Pasal 310 ayat (1) dan (2) KUHP yang rumusannya berbunyi sebagai berikut:

*“Barang siapa sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dengan menuduhkan suatu hal, yang maksudnya terang supaya hal itu diketahui umum, diancam karena pencemaran dengan pidana penjara selama-lamanya sembilan bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.”*

*“Jika hal itu dilakukan dengan tulisan atau gambar yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, maka yang berbuat itu diancam karena pencemaran tertulis dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.”<sup>12</sup>*

---

<sup>12</sup> Pasal 310 ayat (1) dan (2) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana



Berdasarkan rumusan Pasal 310 KUHP, konsumen tersebut telah memenuhi unsur-unsur dalam ayat 1 karena menuduhkan sesuatu yang sebenarnya tidak terjadi, sehingga menyebabkan pencemaran nama baik dan merugikan pelaku usaha. Sedangkan dalam ayat 2, ulasan negatif dikategorikan sebagai penilaian buruk yang dipublikasikan di media sosial dan dapat dilihat oleh masyarakat umum. Dengan demikian, sangat jelas bahwa pemberian ulasan negatif yang tidak sesuai dengan fakta telah memenuhi unsur-unsur dalam setiap ayat Pasal 310 KUHP.

Selain itu, UU ITE No. 1/2024 sebagai *lex specialis* juga menyatakan bahwa tindakan konsumen dalam memberikan ulasan negatif yang tidak dapat dipastikan kebenarannya termasuk dalam perbuatan yang dilarang. Dalam Penjelasan Pasal 27A UU ITE No. 1/2024 diterangkan bahwa perbuatan menyerang kehormatan atau nama baik adalah perbuatan yang merendahkan atau merusak nama baik atau harga diri orang lain sehingga merugikan orang tersebut dalam hal ini pelaku usaha. Pencemaran dengan melakukan ulasan negatif tersebut dilakukan melalui media sosial dengan tujuan untuk diketahui oleh publik baik dalam bentuk informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik.

Selain itu, pelaku usaha mempunyai hak untuk rehabilitasi nama baik sebagai upaya pembersihan nama jika terbukti bahwa kesalahan atau kerugian yang dialami konsumen bukan disebabkan olehnya. Dalam hal ini pelaku usaha harus dapat membuktikan bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan merupakan kesalahan pelaku usaha, maka pelaku usaha dibebaskan dari tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi. Hak ini sangat penting untuk memastikan bahwa reputasi yang telah dibangun dengan baik tidak tercemar secara tidak adil. Pelaku usaha dapat menempuh berbagai langkah untuk mendapatkan pemulihan nama baik, seperti mengajukan gugatan secara perdata agar nama baiknya dapat dipulihkan pada keadaan semula, maupun dengan mengeluarkan pernyataan publik atau klarifikasi melalui media massa, dan menuntut kompensasi atas kerugian finansial yang diakibatkan oleh pencemaran tersebut. Melalui upaya-upaya ini, pelaku usaha dapat memperbaiki dan mempertahankan citra positif di mata publik sehingga mereka dapat terus menjalankan usahanya.

### **C. KESIMPULAN**

Ulasan negatif merupakan salah satu hak konsumen untuk menyampaikan pendapat dan keluhannya terkait barang dan/atau jasa yang digunakan, serta merupakan salah satu dari bentuk hak kebebasan berpendapat yang dilindungi oleh konstitusi Indonesia. Namun, dalam

pelaksanaannya konsumen harus tetap memperhatikan batasan-batasan yang diatur oleh undang-undang agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Dalam hal ini, perilaku konsumen dalam melakukan ulasan negatif menurut hukum positif di Indonesia dapat dilihat dari berbagai peraturan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi. Pelaku usaha yang hak-haknya dirugikan karena adanya ulasan negatif dapat melakukan upaya hukum baik secara preventif dengan mematuhi kewajiban-kewajiban yang diatur dalam undang-undang, maupun dengan melakukan upaya hukum represif dengan mengajukan gugatan baik secara perdata berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata atas dasar Perbuatan Melawan Hukum, maupun mengajukan tuntutan pidana berdasarkan Pasal 310 dan 315 KUHP, serta Pasal 27A UU ITE terkait penghinaan dan pencemaran nama baik apabila ulasan negatif tersebut memiliki muatan yang bersifat menghina, ejekan, cacian, dan penggunaan kata-kata kasar.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Augustinah, Fedyanty, Widayati. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Dialektika*, no. 2, (2019): 9.
- Atma Fadna Rinaja, Ida Bagus, Nyoman Udayana, and Bernadetta Diansepti Maharani. n.d. "Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee." *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, no. 3. (2022): 437.
- Joesyiana, Kiki. "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)." *Jurnal Valuta*, no. 1. (2018): 72.
- Magfirah, Fajril. "Perlindungan Konsumen Atas Hak Didengar Keluhannya Oleh Pelaku Usaha (Suatu Penelitian Di Banda Aceh)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, no. 4. (2023): 561.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. n.d. "SAINS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, no. 2, (2019): 4.
- Riansyah, Ahmad, Riski Rahmadhan, M Willy Pratama, and Ricky Nopriyadi. n.d. "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Tanah Consensus." *Jurnal Ilmu Hukum*, no. 2 (2022): 70.

Sundari, Nata, Fasya Zahra Luthfiah, and Windi Rahmawati Fakultas Hukum. n.d. "Peran Hukum Sebagai Alat Rekayasa Masyarakat Menurut Roscoe Pound." *Jurnal Kajian Kontemporer Hukum dan Masyarakat*, no. 1 (2024): 12.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

### **Buku-Buku**

Maran Mas. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Alumni Hlm 15

R. Soreoso. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. 2018.

Safudin, Endrik. *Pengantar Ilmu Hukum*. Malang: Setara Press. 2020

W. John. *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2019.

### **Website**

B. Aurelia Oktavira, "Pengertian hukum dan Unsur-Unsur Hukum." [Daring]. Tersedia pada <https://www.hukumonline.com/berita/a/pengertian-hukum-menurut-para-ahli-hukum-1t62e73b860a678/> (Diakses pada 27 April 2024)

Joseph Teguh Santoso, "Etika sebagai Landasan Perilaku Sehari-hari." [Daring]. Tersedia pada: <https://stekom.ac.id/artikel/etika-sebagai-landasan-perilaku-sehari-hari> (Diakses pada 15 April 2023)

Kelurahan Ngestiharjo, "Apa Saja Kategori Digital Marketing?" [Daring]. Tersedia pada <https://ngestiharjo.bantulkab.go.id/first/artikel/1070-Apa-saja-Kategori-Digital-Marketing-> (Diakses pada 20 Oktober 2023)

M. Ahsan Nurrijal, "Mayang Dilaporkan Tan Skin atas Kasus Pencemaran Nama Baik." [Daring]. Tersedia pada <https://hot.detik.com/celeb/d-6029421/mayang-dilaporkan-tan-skin-atas-kasus-pencemaran-nama-baik> (Diakses pada 20 Desember 2023)

Nandy. "Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Pengaruhnya terhadap Bisnis." [Daring]. Tersedia pada <https://www.gramedia.com/literasi/influencer/> (Diakses pada 25 Oktober 2023)