

## ABSTRAK

### TANGGUNG JAWAB HUKUM OLEH KONSUMEN DALAM PENYEBARAN DATA PRIBADI PELAKU USAHA DI MEDIA SOSIAL

Oleh:

Aris Zainul Aziz, Arif Santoso, S.H., M.Si., dan Hidayat Andyanto, S.H., M.Si.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat semua kegiatan dari masyarakat juga berkembang, salah satunya yaitu sektor perdagangan. Pada transaksi jual beli online, pelaku usaha terkadang sering melakukan wanprestasi dimana mengirim barang tidak sesuai dengan pesanan dari konsumen. Akibat dari perilaku pelaku usaha mengakibatkan konsumen merasa kecewa dan meluapkan kekecewaannya di media sosial dengan menyebarkan data pribadi dari pelaku usaha sehingga mengakibatkan usahanya mengalami kerugian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akibat hukum dari pembelian barang yang tidak sesuai dengan pesannya kemudian diviralkan di media sosial dan tanggung jawab hukum konsumen terhadap penyebaran informasi pribadi yang merugikan pelaku usaha. Selain itu, nantinya dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi pendidikan, pemerintahan dan masyarakat.

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yuridis normatif. Penelitian ini menggunakan mengkaji dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan atau *Statue Approach* dan bahan hukum yang digunakan yaitu Undang-Undang Dasar RI 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Hasil dari penelitian yang penulis susun menunjukkan bahwa pelaku usaha melakukan wanprestasi dan harus memberikan ganti rugi kepada konsumen akibat barang yang diterima tidak sesuai pesanan. Konsumen dalam menyebarkan informasi pribadi dan pencemaran nama baik/penghinaan di media sosial didasari oleh kekecewaannya terhadap pelaku usaha yang mengirim barang pesannya tidak sesuai dengan iklan yang telah ditawarkan oleh pelaku usaha, tentunya perilaku tersebut telah melanggar Undang-Undang PDP dan Undang-Undang ITE.

Pelaku usaha harus mengirim barang sesuai dengan kesepakatan apabila tidak sesuai, maka dianggap melakukan penyebaran berita bohong yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen dan konsumen dapat melakukan penuntutan hak, baik secara persuasif atau refresif. Penyebaran data pribadi orang lain tanpa izin dan disertai pencemaran nama baik/penghinaan dapat dikenakan sanksi administratif dan sanksi pidana.

Kata kunci: Jual beli online, pelaku usaha, konsumen, data pribadi

## **ABSTRACT**

### **LEGAL RESPONSIBILITY BY CONSUMERS IN THE DISSEMINATION OF PERSONAL DATA OF BUSINESS ENTERPRISES IN SOCIAL MEDIA**

By:

Aris Zainul Aziz, Arif Santoso, S.H., M.Si., dan Hidayat Andyanto, S.H., M.Si.

Technological developments are increasingly rapid, and all activities in society are also developing, one of which is the trade sector. In online buying and selling transactions, business actors sometimes commit defaults when sending goods that do not match orders from consumers. As a result of the behavior of business actors, consumers feel disappointed and express their disappointment on social media by sharing personal data about business actors, resulting in losses for their businesses.

This study aims to determine the legal consequences of purchasing goods that are not ordered and then go viral on social media and consumer legal responsibility for the dissemination of personal information that is detrimental to business actors. In addition, it can provide benefits both theoretically and practically for education, government, and society.

In this study, the authors used a type of normative juridical research. This study uses a statutory approach, or the statute approach, and the legal materials used are the Constitution of the Republic of Indonesia one thousand nine hundred forty-five, the Civil Code, the Criminal Code, law number eight of one thousand nine hundred and ninety nine concerning consumer protection, law number eleven of two thousand and eight concerning Information and Electronic Transactions as amended to law number nineteen of two thousand and sixteen, and law number twenty seven of the year two thousand and twenty two concerning protection of Personal Data.

The results of the research compiled by the authors show that business actors are in default and must provide compensation to consumers due to the fact that the goods received were not according to the order. Consumers spreading personal information and defamation or humiliation on social media are based on their disappointment with business actors who send goods ordered that do not match the advertisements offered by business actors; of course, this behavior has violated the Personal Data Protection Act and Electronic Information and Transaction Act

Business actors must send goods according to the agreement; if they do not comply, then they are considered to be spreading fake news, which results in losses for consumers, and consumers can prosecute their rights, either persuasively or reflexively. Dissemination of other people's data without permission and accompanied by defamation or humiliation can be subject to administrative and criminal sanctions.

Keywords: Buying and selling online, business actors, consumers, personal data