

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia membebaskan bagi warganya dalam mencari mata pencaharian asalkan tidak boleh bersebrangan dengan peraturan perundang-undangan. Setiap individu mempunyai suatu kebebasan dalam berusaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya, seperti berdagang, beternak, dan lain sebagainya. Namun, salah satu bidang usaha yang banyak digemari dan mudah dilakukan yaitu bidang perdagangan. Masyarakat menganggap berdagang lebih mudah dari pada usaha lainnya. Hal ini karena setiap individu (konsumen) pasti memerlukan suatu barang atau jasa terutama barang pokok guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perdagangan sendiri memiliki pengertian suatu transaksi berupa jasa atau barang yang memiliki tujuan mengalihkan hak dalam memperoleh imbalan atau kompensasi.<sup>1</sup> Sistem perdagangan pada awalnya hanya secara konvensional atau jual-beli dilakukan dengan menjual barang di toko-toko, lalu konsumen membeli barang yang diperlukan langsung ke toko.

Dengan adanya perkembangan zaman yang semakin canggih, tentunya teknologi dan ilmu pengetahuan juga terdorong untuk mengalami kemajuan yang begitu pesat. Adanya kemajuan teknologi di tengah-tengah masyarakat dapat dijadikan sebagai alat dalam memberikan manfaat serta kemudahan untuk menjalani kehidupan sehari-hari, yaitu salah satunya dengan

---

<sup>1</sup>Janus Sidabalok, *Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional)*, Yayasan Kita Menulis, Medan, 2020, h. 9.

memanfaatkan internet. Perkembangan teknologi makin masif sehingga banyak mempengaruhi sektor-sektor di dalam kehidupan masyarakat pada halnya bidang ekonomi, sosial dan lain sebagainya. Dengan dukungan teknologi ini memberikan banyak sekali kemudahan bagi kehidupan masyarakat. Salah satu manfaat dari perkembangan teknologi yaitu banyak sekali peluang-peluang pekerjaan yang dapat tercipta bagi masyarakat. Adanya peluang-peluang tersebut masyarakat dapat dengan mudah dalam menunjang pekerjaan sehari-hari atau bahkan dapat membuka lapangan pekerjaan yang sebesar-besarnya. Tentunya untuk mewujudkan peluang-peluang tersebut perlu didukung dengan pengetahuan dari masyarakat mengenai penggunaan teknologi tersebut agar dalam pemanfaatan teknologi dapat selaras dengan kebutuhan dari masyarakat.

Salah satu contoh pemanfaatan teknologi ini yaitu di dalam bidang perdagangan. Hal ini karena perdagangan merupakan sektor yang sangat penting bagi masyarakat, dengan adanya dukungan teknologi maka sangat mendukung dalam memberikan kemudahan dalam bertransaksi, yang dimana pada awalnya perdagangan dilakukan dengan cara konvensional, namun sekarang dapat dilakukan dari rumah. Cara perdagangan yang banyak dilakukan saat ini melalui sistem elektronik, yaitu media sosial atau medsos merupakan alat komunikasi yang penggunanya (*user*) memanfaatkan untuk dapat saling berbagi dan berinteraksi dengan orang lain menggunakan aplikasi jejaring sosial berbasis internet. Manfaat media sosial sangat banyak

pengaruhnya apabila digunakan secara baik dan benar, salah satu contohnya dapat dimanfaatkan dalam memasarkan sebuah produk.

Dalam melakukan pengiklanan suatu produk di suatu media sosial perlu adanya seorang endoser yang bertugas untuk menarik konsumen agar dapat membeli barang atau jasa yang diiklankan. Contoh media sosial yang dapat digunakan yaitu instagram dimana instagram adalah media sosial yang dapat digunakan yaitu instagram dimana instagram adalah media sosial yang sering digunakan karena fiturnya lebih kekinian, ekonomis dan lebih modern sebagai media iklan sehingga sangat membantu dalam perdagangan karena pelaku usaha bisa melakukan penjualan secara online dan mengirim barang secara langsung kepada konsumen tanpa harus mengirim barang ke toko-toko. Selain itu, keuntungan yang didapatkan dapat lebih besar daripada mengirim barang ke toko-toko.

Selain itu, dengan adanya perkembangan dalam transaksi jual beli menyebabkan perubahan yang sangat signifikan yaitu masyarakat mulai menyenangi untuk melakukan belanja secara online. Belanja online kebiasaan baru bagi masyarakat karena dianggap lebih sederhana, *efisien*, dan cepat tanpa adanya suatu hambatan yang berarti. Bagi masyarakat, belanja online juga dianggap lebih efektif karena waktu yang digunakan untuk berbelanja lebih efisien dan hemat terhadap biaya transportasi. Perdagangan dengan melalui sistem elektronik memiliki pengertian transaksi perdagangan dilakukan dengan menggunakan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Keberadaan sistem elektronik akan berdampak positif apabila

dimanfaatkan dengan baik, namun sebaliknya akan berdampak negatif apabila disalahgunakan.

Tentunya penjualan secara online target dari pemasarannya bukan hanya lokal namun sudah bisa global. Dengan adanya kemudahan perdagangan online saat ini, pelaku usaha hanya perlu memposting barang yang didagangkan sehingga nantinya tinggal menunggu konsumen melihat barang yang di posting dan melakukan transaksi jual-beli. Dalam pemasarannya pelaku tersebut hanya memberikan penjelasan mengenai *spesifikasi* barang, harga barang dan gambar barang.

Konsumen yang ingin melakukan kegiatan jual-beli tentunya harus melihat secara detail tentang *spesifikasi* yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Hal ini agar saat barang tersebut telah dikirim ke alamat konsumen, apabila barang tersebut tidak sesuai pesanan dari konsumen atau bahkan tidak sesuai dengan spesifikasi tentunya konsumen dapat melakukan komplain kepada pelaku usaha. Hal ini, karena bagi seorang pelaku usaha dalam menjual barangnya harus memenuhi beberapa kewajiban, dimana salah satunya terdapat pada pasal 7 ayat b Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Bagi setiap pelaku usaha dalam berusaha baik berupa barang harus memberikan *spesifikasi* yang jujur dan harus menjelaskan secara rinci mengenai keadaan barang yang akan ditawarkan kepada konsumen. Tetapi pada faktanya terkadang masih banyak pelaku usaha yang mengabaikan kewajibannya, dimana barang yang diterima konsumen berbeda dengan *spesifikasi* yang sudah dicantumkan olehnya. Sehingga banyak konsumen yang dirugikan dari

kejadian tersebut. Tentunya pelaku usaha wajib untuk bertanggung jawab dalam pemberian ganti rugi terhadap konsumen dengan cara mengganti barang tersebut.

Barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen terkadang membuat konsumen meluapkan kekecewaannya melalui media sosial yaitu dengan melakukan *review* produk jelek dan menyebarkan data pribadi dari pelaku usaha. Alasan utamanya karena media sosial merupakan media yang sangat mudah dalam menyebarkan suatu informasi bahkan sampai unggahannya menjadi viral. Di dalam UUD NRI 1945 tidak dijelaskan secara rinci mengenai penjelasan hak privasi namun menjelaskan secara implisit mengenai hak privasi yang terdapat di dalam pasal 28G ayat (1) UUD NRI 1945.

Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Bagi pelaku usaha juga tidak diperbolehkan memproduksi, menawarkan, dan mengiklankan barang dan/atau jasa yang tidak benar, dimana ketentuan tersebut terdapat pada Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Melihat dari pasal tersebut, apabila tidak dipenuhinya suatu kebenaran dari informasi sehingga konsumen mengalami kerugian, pelaku usaha diharuskan untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian terhadap konsumen. Hal ini sesuai dengan pasal 7 huruf (g) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Mengenai pelarangan pelaku

usaha periklanan dalam memproduksi iklan yang memuat informasi tidak benar, dijelaskan secara jelas pada pasal 17 ayat (1) huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Bagi pelaku usaha periklanan, harus dapat memberikan informasi kepada konsumen secara benar serta tepat terhadap barang/jasa yang ditawarkannya.

Mengenai penyebaran informasi yang tidak sesuai serta menyesatkan memiliki resiko besar yang dapat menyebabkan kepercayaan dari konsumen hilang, merugikan konsumen serta merusak penilaian terhadap barang dan/jasa tersebut. Di dalam pasal 20 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha mengenai iklan yang dibuat serta segala akibat yang ditimbulkan atas iklan tersebut. Namun pada UU Perlindungan Konsumen tidak menerangkan mengenai yang disebut pelaku usaha periklanan. Disisi lain, konsumen terkadang juga melakukan sebuah tindakan yang bisa merugikan pelaku usaha yaitu penyebaran informasi pribadi pelaku usaha. Akibat pelaku usaha dengan tersebarnya informasi pribadi pelaku usaha yang nantinya berakibat pada menurunnya penjualan karena *review* yang diberikan oleh konsumen itu buruk, mengenai permasalahan ini yaitu konsumen melakukan penyebaran informasi merupakan hak yang dimiliki oleh konsumen sebagai pengguna media sosial.

Berdasarkan pasal 4 huruf d Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dimana menjelaskan hak dari konsumen supaya pendapat dan keluhannya dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Namun, penjelasan dalam pasal tersebut tidak menjelaskan secara rinci

mengenai batasan-batasan yang boleh dilakukan oleh konsumen dalam melakukan *review* menggunakan media sosial tentang barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan sehingga menyebarkan data pribadi dari pelaku usaha. Permasalahan penyebaran menggunakan media sosial termasuk ke dalam pencemaran nama baik karena dengan sengaja menulis menggunakan media sosial dimana diatur di dalam pasal 27 ayat (3) UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Mengenai penyebaran data pribadi pelaku usaha yang diperbuat oleh konsumen melanggar peraturan yang diatur di dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi yang selanjutnya disebut dengan UU PDP khususnya pasal 65 ayat (1). Di dalam pasal 65 ayat (1) UU PDP menjelaskan mengenai setiap orang tidak boleh memperoleh atau mengumpulkan data pribadi bukan miliknya dengan tujuan untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain sehingga dapat menyebabkan kerugian terhadap subjek data pribadi. Pengertian dari data pribadi sendiri diatur dijelaskan pada pasal 1 ayat (1) yang menjelaskan bahwa data pribadi tersebut harus bisa teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya. Tentunya penjelasan yang dijelaskan pada pasal 1 ayat (1) UU PDP, disana terdapat norma samar atau tidak jelas di dalamnya. Norma samar atau tidak jelas tersebut, yaitu *frase* dikombinasi dengan informasi lainnya. Jadi *frase* dikombinasi dengan informasi lainnya, tidak dijelaskan secara rinci mengenai data pribadi tersebut dikombinasi dengan apa atau dengan siapa.

Berkaitan dengan penyebaran data pribadi yang dilakukan oleh konsumen, perlu adanya suatu pemahaman bagi konsumen mengenai tanggung jawab dan dampak yang dapat berakibat fatal bagi pelaku usaha atau bahkan bagi konsumen itu sendiri. Konsumen harus bisa mengontrol dalam bermedia sosial terutama dalam hal penyebaran data pribadi orang lain sampai menyebabkan kerugian bagi orang lain. Karena data pribadi seseorang sifatnya sangat rahasia bahkan dilarang untuk disebarluaskan, hal ini berdasarkan pada UU PDP.

Berdasarkan apa yang sudah dijabarkan di dalam latar belakang, penulis tertarik untuk mengkaji skripsi yang berjudul: *Tanggung Jawab Hukum Oleh Konsumen Dalam Penyebaran Data Pribadi Yang Merugikan Pelaku Usaha*”

### ORISINALITAS PENELITIAN

Setelah melakukan penelusuran oleh penulis, terdapat beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan dengan judul penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

No	Nama Peneliti dan Asal Instansi	Judul dan Tahun Penelitian	Rumusan Masalah
1	Debora Aswinda Solin (Skripsi) Universitas Negeri Semarang	Perlindungan Hukum Terkait Hak Privasi Data Pribadi Konsumen Dengan Adanya Location Based Advertising (LBA) Di Indonesia (Studi pada	1. Bagaimana implementasi hak atas kenyamanan dan hak privasi konsumen dengan adanya <i>Location Based</i>

		<p>Pusat Pemberlanjaan di Kota Semarang) (2018)</p>	<p><i>Advertising</i> di Indonesia? 2. Bagaimanakah perlindungan hukum terkait hak privasi konsumen dengan adanya <i>Location Based Advertising</i> (LBA) di Indonesia?</p>
2	<p>Zahriyah (Skripsi) Universitas Islam Negeri Hidayatullah</p>	<p>Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen <i>E-Commerce</i> Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus <i>Marketplace</i> Tokopedia) (2022)</p>	<p>1. Bagaimana tanggung jawab <i>marketplace</i> Tokopedia dalam upaya melindungi hak konsumen dari kasus kebocoran data pribadi? 2. Bagaimana perspektif hukum positif terhadap upaya perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-</p>

			<p><i>commerce</i> oleh Tokopedia?</p> <p>3. Bagaimana perspektif hukum ekonomi syari'ah terhadap upaya perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> oleh Tokopedia?</p>
3	<p>Jesselyn Valerie Herman dan Christine S.T. Kansil</p> <p>Jurnal Hukum Adigama, Volume 4 Nomor 2, Desember 2021. Fakultas Hukum, Universitas Tarumanegara.</p>	<p>Perlindungan Hukum Pengguna <i>Marketplace</i> Terhadap Dugaan Pelanggaran Hak Pribadi Yang Dilakukan Jasa Pengiriman Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia (Contoh Kasus Viral Transaksi Jual Beli "<i>Cash On Delivery</i>")</p>	<p>1. Bagaimana perlindungan hukum pengguna marketplace terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia?</p> <p>2. Pihak siapakah yang bertanggung</p>

			jawab terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia?
--	--	--	--

**Analisa:**

Beberapa penelitian yang terdapat pada tabel di atas yang dianggap relevan dengan penelitian yang ditulis oleh penulis.

1. Di dalam penelitian yang ditulis oleh Debora Aswinda Solin dari Universitas Negeri Semarang yang berjudul “Perlindungan Hukum Terkait Hak Privasi Data Pribadi Konsumen Dengan Adanya Location Based Advertising (LBA) Di Indonesia (Studi pada Pusat Pemberlanjaan di Kota Semarang)” membahas mengenai bentuk dari pengimplementasian hak privasi data pribadi dari konsumen yang diakibatkan keberadaan *Location Based Advertising* dan pada skripsi ini juga membahas bagaimana perlindungan hukum yang akan didapatkan oleh konsumen atas keberadaan dari *Location Based Advertising*. Selain itu, penelitian yang ditulis ini memfokuskan penelitiannya pada pusat pemberlanjaan di kota Semarang sedangkan penelitian dari penulis lebih menitikberatkan terhadap penggunaan media sosial dalam penyebaran *review* barang jelek dan penyebaran data pribadi

pelaku usaha. Selain itu, juga membahas bagaimana perlindungan hukum yang didapatkan oleh pelaku usaha yang data pribadinya disebarakan melalui media sosial oleh konsumen.

2. Di dalam penelitian yang ditulis oleh Zahriyah dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen *E-Commerce* Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syari’ah (Studi Kasus *Marketplace* Tokopedia)” memfokuskan penelitiannya kepada marketplace Tokopedia yang dimana membahas mengenai pertanggungjawaban dari marketplace Tokopedia yang mengalami kebocoran data untuk melindungi konsumen. Selain itu, penulis dari penelitian ini juga membahas sudut pandang dari perspektif hukum positif dan perspektif hukum syari’ah mengenai upaya perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi *e-commerce* oleh Tokopedia sedangkan penelitian dari penulis lebih menitikberatkan terhadap penyebaran data pribadi yang dilakukan oleh perseorangan (konsumen) melalui media sosial milik dari konsumen tersebut dan juga membahas dari sudut pandang hukum positif mengenai penyebaran data pribadi pelaku yang dilakukan oleh konsumen.
3. Di dalam penelitian yang ditulis oleh Jesselyn Valerie Herman dan Christine S.T. Kansil yang berjudul “Perlindungan Hukum Pengguna *Marketplace* Terhadap Dugaan Pelanggaran Hak Pribadi Yang Dilakukan Jasa Pengiriman Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia (Contoh Kasus Viral Transaksi Jual Beli “*Cash On Delivery*”). Memfokuskan penelitian terhadap pelanggaran hak pribadi yang dilakukan oleh jasa pengiriman dimana pada awalnya konsumen

melakukan pembelian barang kepada *marketplace* dan barang yang diterima tidak sesuai. Lalu kurir tersebut melakukan dokumentasi dan menyebarkan di media sosial tanpa izin dari pihak yang bersangkutan. Tentunya penelitian ini juga fokus untuk membahas mengenai perlindungan hukum pengguna *marketplace* terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia dan pihak siapa saja yang bertanggung jawab terhadap dugaan pelanggaran hak pribadi yang dilakukan jasa pengiriman berdasarkan hukum positif di Indonesia. Sedangkan penelitian dari penulis lebih menitikberatkan pada pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dan konsumen membuat *video review* jelek mengenai barang yang diterimanya. Selain itu, konsumen juga melakukan penyebaran data pribadi dari konsumen sehingga dapat menyebabkan kerugian penjualan yang dialami oleh pelaku usaha. Tentunya penelitian ini juga memfokuskan terhadap tanggung jawab hukum yang harus diterima oleh konsumen atas penyebaran data pribadi pelaku usaha/pelaku usaha.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang ditulis sebelumnya maka penulis tertarik mengangkat rumusan masalah pada skripsi ini, yaitu:

1. Bagaimana akibat hukum dari pembelian secara online yang tidak sesuai dengan pesannya kemudian diviralkan di media sosial?
2. Bagaimana tanggung jawab hukum konsumen terhadap penyebaran Data Pribadi yang merugikan pelaku usaha?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk bahan kajian dan analisis akibat hukum dari pembelian secara online yang tidak sesuai dengan pesanannya kemudian diviralkan di media sosial.
2. Untuk bahan kajian dan analisis tanggung jawab hukum konsumen terhadap penyebaran informasi pribadi yang merugikan pelaku usaha.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap adanya bentuk penelitian, diharapkan terdapat manfaat yang nantinya dapat diambil pada penelitian yang telah penulis susun. Mengenai manfaat yang di dapatkan dari penelitian yang telah disusun ini sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai akibat hukum dari pembelian secara online yang tidak sesuai dengan pesanannya kemudian diviralkan di media sosial.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai tanggung jawab hukum oleh konsumen dalam penyebaran data pribadi yang merugikan pelaku usaha.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Sebagai tambahan referensi dan masukan bagi penulis lainnya dalam menyusun penelitian selanjutnya.
- b. Sebagai gambaran kepada masyarakat secara umum dan jelas mengenai tanggung jawab hukum oleh konsumen dalam penyebaran data pribadi yang merugikan pelaku usaha.

c. Sebagai pengetahuan dan penjelasan terhadap masyarakat mengenai bagaimana tanggung jawab hukum oleh konsumen dalam penyebaran data pribadi yang merugikan pelaku usaha.

## 1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan metode yang dapat digunakan sebagai pemecahan masalah atau sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dengan penggunaan metode ilmiah.<sup>2</sup>

Metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk penelitian dalam menentukan jalan keluar dari pemecahan suatu permasalahan dan sebagai cara mengembangkan penulisan yang memiliki tujuan mendapatkan fakta yang tepat. Dengan ini penulis menggunakan metode penelitian pada penelitian yang disusun sebagai berikut:

### 1.5.1 Jenis Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian penulis yang berjudul “Tanggung Jawab Hukum Oleh Konsumen Dalam Penyebaran Data Pribadi Yang Merugikan Pelaku Usaha.” adalah yuridis normatif (*Legal reseach*). Jenis penelitian ini merupakan penelitian hukum doktriner yang dapat dikatakan sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen.<sup>3</sup>

Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang mengacu terhadap beberapa aspek, yaitu aspek teori, sejarah, filosofi, perbandingan, struktur dan komposisi, lingkup dan materi, konsistensi, penjelasan umum dan pasal demi pasal, formalitas dan kekuatan mengikat suatu undang-

---

<sup>2</sup> Efendi Jonaedi dkk, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Prenadamedia Group (Divisi Kencana), Depok, 2018, h. 2.

<sup>3</sup> Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*, Jakad Media Publishing, Surabaya, 2020, h. 86.

undang, serta bahasa hukum yang digunakan, tetapi mengkaji aspek terapan atau implementasinya.<sup>4</sup>

Peraturan perundang-undangan yang digunakan untuk menjadi pokok permasalahan atau yang menjadi isu hukum dikaji dan dianalisa dengan konsisten terhadap asas-asas hukum yang sudah ada.

### **1.5.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini yaitu menggunakan pendekatan Undang-Undang (*Statute Approach*). Pendekatan Undang-Undang ini termasuk tipe penelitian deskriptif yang dimana peneliti menjelaskan kelemahan, kekurangan, dan kelebihan dari undang-undang atau peraturan yang diteliti.

Pendekatan yang dilakukan yaitu melaksanakan studi pustaka dengan menelaah terutama terhadap data sekunder yang berupa peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian, kontrak, atau dokumen hukum lainnya, serta hasil penelitian, hasil pengkajian, dan referensi lainnya.<sup>5</sup>

### **1.5.3 Jenis Bahan Hukum**

Bahan hukum adalah bahan untuk pemecahan dan menganalisa dari masalah yang akan diangkat pada penelitian. Dengan bahan hukum yang didapatkan, diharapkan dapat mendukung dalam penulisan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, bahan hukum yang dipakai oleh penulis, yaitu:

#### **1. Bahan Hukum Primer**

Bahan hukum primer mempunyai sifat otoritas (otoritatif), yaitu berarti mengikat. Bahan dari hukum primer yaitu terdiri dari peraturan

---

<sup>4</sup> *Ibid.* h. 20.

<sup>5</sup> Ahmad Redi, *Hukum Pembentukan Peraturan Perundang – Undangan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017, h. 118.

perundang-undangan dan putusan-putusan hakim, adapun sumber bahan hukum primer yang digunakan dalam penulisan skripsi ini terdiri atas:

1. Undang-Undang Dasar RI 1945
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
3. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
4. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
5. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016
6. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)

## **2. Bahan Hukum Sekunder**

Sumber bahan hukum sekunder merupakan semua bahan yang terdapat pada buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal hukum, majalah, putusan pengadilan dan internet.

### **1.5.4 Teknik Penelusuran Bahan Hukum**

Teknik penelusuran bahan hukum pada penelitian ini yaitu dengan melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan suatu teknik yang digunakan untuk melakukan pengumpulan bahan, mengelompokkan, memilih dan menganalisis terhadap bahan hukum yang digunakan. Pengumpulannya dapat diperoleh berdasarkan berbagai sumber yang berasal dari Undang-Undang, jurnal, buku, skripsi atau internet.

Bahan hukum telah dikumpulkan keseluruhan kemudian dipilih berdasarkan permasalahan yang ada dan disusun berdasarkan urutan sehingga diperoleh suatu kebenaran yang dapat digunakan dalam membahas permasalahan.<sup>6</sup>

### 1.5.5 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum merupakan teknik yang digunakan dalam menemukan suatu jawaban guna mendapatkan jawaban berdasarkan suatu permasalahan yang sedang dibahas. Analisis yang akan digunakan di dalam penulisan skripsi yang disusun yaitu menganalisis dengan menggunakan analisis normatif, dimana teknik penelitiannya tidak memerlukan pengolahan dari bahan hukum serta berbentuk uraian kalimat atau penjelasan data secara menyeluruh.

Teknik yang dapat digunakan dalam menganalisis berupa deskriptif analisis adalah data yang didapatkan dan disusun secara sistematis dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif normatif dalam mencapai kejelasan masalah.<sup>7</sup>

Setelah itu, bahan hukum dianalisis secara preskriptif yaitu menganalisis permasalahan berdasarkan hukum positif yang berlaku saat ini.

### 1.5.6 Definisi Konseptual

1. **Tanggung jawab** kewajiban menanggung segala sesuatunya apabila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya.
2. **Tanggung jawab Hukum** suatu keadaan dimana seseorang wajib menanggung segala akibat dari tindakannya yang sudah melanggar ketentuan yang diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan.

---

<sup>6</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pers, Jakarta, 2015, h. 13.

<sup>7</sup> Riyadi, A., dkk, *Pengembangan Masyarakat Desa Terpadu Berbasis Potensi Lokal*, Penerbit NEM, Pekalongan, 2020, h. 148.

3. **Konsumen** setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
4. **Penyebaran Informasi** salah satu spesialisasi atau kegiatan khusus dari komunikasi dan dalam istilah ilmunya merupakan subdisiplin dari komunikasi massa.
5. **Data Pribadi** informasi apa pun yang terkait dengan orang yang dapat diidentifikasi.
6. **Pelaku usaha** seseorang atau badan usaha yang melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu.
7. **Media Sosial** platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling bersosial, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto dan video.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Di dalam penulisan skripsi ini, tentunya agar dapat lebih mudah untuk memahami isi dari skripsi, maka penulis menyusun skripsi ini dengan membagi menjadi beberapa sub bab. Maka sistematika penulisan yaitu sebagai berikut:

### **1.1 Latar Belakang**

Latar Belakang menjelaskan mengenai alasan penulis dalam memilih judul dari skripsi yang disusun.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan Masalah menjelaskan mengenai permasalahan yang diangkat oleh penulis di dalam skripsi. Selain itu, berisi tentang Bagaimana tanggung jawab konsumen dalam penyampaian informasi melalui media sosial mengenai dirinya yang merasa dirugikan akibat barang yang diterima tidak sesuai dan Bagaimana tanggung jawab konsumen terhadap penyebaran informasi pribadi yang merugikan pelaku usaha.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini memuat tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti di dalam penulisan skripsi dan harus berkaitan dengan rumusan masalah yang akan diangkat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat Penelitian menjelaskan mengenai manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi terhadap Bagaimana tanggung jawab konsumen dalam penyampaian informasi melalui media sosial mengenai dirinya yang merasa dirugikan akibat barang yang diterima tidak sesuai dan Bagaimana tanggung jawab konsumen terhadap penyebaran informasi pribadi yang merugikan pelaku usaha.

### **1.5 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka menjelaskan mengenai segala sesuatu yang memiliki keterkaitan dengan judul yang diangkat oleh penulis di dalam skripsi ini tentang pertanggung jawaban hukum, pengertian konsumen, data pribadi dan pengertian pelaku usaha.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode Penelitian menjabarkan mengenai metode yang akan digunakan di dalam penelitian dalam menyelesaikan permasalahan yang dibahas di dalam skripsi. Selain itu, juga menjabarkan mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis bahan hukum, teknik penelusuran bahan hukum, analisis bahan hukum, dan sistematika penulisan.

