

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi Informasi dan Komunikasi telah banyak mengalami perkembangan menuju pembaharuan di masyarakat untuk mendapatkan informasi. Penyekat informasi perlahan-lahan dianggap hilang dengan adanya ide-ide kreatif perseorangan yang berkeinginan mengetahui lebih jauh tentang kejadian di lingkungan sekitarnya. Sebagian masyarakat mendapatkan akses untuk mengetahui informasi dimanapun dan kapanpun. Masyarakat menjadi lebih responsif dan tanggap dengan sesuatu yang diketahuinya. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi adalah sesuatu yang memang harus diadakan yang mana masyarakat modern saat ini juga harus mengikuti perkembangannya.¹

Dilihat dari kehidupan di era yang semua serba canggih ini, dalam kehidupan sehari-hari teknologi informasi tentunya memiliki pengaruh. Tidak terlepas dari kegiatan-kegiatan yang sering banyak dibantu dengan adanya teknologi informasi dan dianggap mampu dan layak mempermudah pekerjaan. Perkembangan yang tentunya dianggap dapat berdampak bagi masyarakat. Pesatnya teknologi dan komunikasi telah memunculkan media baru. Keberadaan media baru ini salah satunya yaitu internet. Internet sebagai salah satu produk teknologi komunikasi dan pusat informasi.²

¹ Anita Septiani Rosana. 2022. Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Journal Article/Gema Eksos*. vol. 05 No. 02, hlm. 144-145.

² Anita Septiani Rosana. *Ibid*, hlm. 146.

Teknologi yang kian maju, menjadikannya jual beli tidak lagi harus menggunakan cara tradisional yaitu menjual barang dagangan di pasar atau menawarkan kepada setiap orang yang ditemui. Saat ini jual beli dapat dilakukan dengan mudah melalui media internet. Pemanfaatan dunia online untuk menjadikan bisnis atau lebih dikenal dengan *e-commerce* sudah populer di kalangan masyarakat terutama para pelaku usaha seiring dengan meningkatnya pengguna internet. Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk jual beli yaitu instagram. Instagram yaitu sebagai media sosial untuk memposting foto dan mengirimkannya dalam waktu yang cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial Instagram ini.³

Jual beli online saat ini tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari-hari saja, tetapi ada pula transaksi jual-beli berupa penambahan *followers* di media sosial instagram. Pada dasarnya pembeli menggunakan *followers* untuk kepentingan bisnis tertentu terutama bagi mereka yang mempunyai *online shop*, karena dengan semakin banyaknya *followers* maka otomatis semakin banyak pula orang yang mengenal *online shop*nya tersebut. Namun tidak sedikit juga dari mereka merupakan perorangan yang menggunakan *followers* tersebut sebagai ajang untuk mempopulerkan dirinya sendiri agar terkenal dikalangan pengguna instagram lainnya.⁴ Berdasarkan data dari Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 97,18 juta

³ Anggoro Seno. 2016. Faktor- Faktor Pemerintah Indonesia Belum Efektif Memerangi *Cybercrime*, Thesis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, DIY, hlm. 107.

⁴ Nindi Apridha Jamil, dkk. 2020. Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *Eksisbank*. Vol. 4.No. 1, hlm. 83.

hingga bulan Desember 2022. Jumlah tersebut naik tipis 0,11% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 97,07 juta pengguna.⁵

Followers adalah pengguna media sosial yang memilih untuk berinteraksi dengan pemilik akun yang lain. Masalah yang muncul adalah terkait material objek *followers* sosial media instagram bersifat virtual. Kepemilikan yang bersifat maya tersebut dalam bahasa Inggris, dinamakan *virtual property*. Properti virtual seperti *followers* sampai saat ini masih ramai diperjual belikan karena dari pemilik akun instagram memiliki keinginan untuk menambah jaringan pengguna dunia maya supaya semakin luas. Jasa jual beli *followers* sering ditawarkan melalui sosial media instagram maupun *market place* lainnya sebagai media jual beli secara online.⁶

Menurut ketentuan Pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menentukan pengertian dari benda bahwa benda menurut paham Undang-undang yang dinamakan kebendaan ialah, tiap tiap barang dan tiap-tiap hak, yang dapat dikuasai oleh hak milik. Pasal ini menentukan bahwa yang dimaksud dengan benda yaitu segala sesuatu yang dapat dikuasai oleh subjek hukum dengan hak milik, baik berupa benda berwujud yaitu barang dan benda tidak berwujud yang berupa hak. Kata *zaak* atau benda berdasarkan Pasal 499 KUHPerdata memiliki makna yang lebih luas dibandingkan *goed* yang berarti barang. Kata benda di sini memiliki makna benda berwujud dan tidak berwujud

⁵ Ridhwan Mustajab. 2021. Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022. *DataIndonesia.id*. Diakses pada 31 Januari 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>.

⁶ Anno Domini Muskanan, dkk. 2019. Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @ayutingting92 di Instagram. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol 7. No.2, hlm. 5.

sedangkan kata *goed* atau barang hanya memiliki arti benda berwujud saja. Artinya, kata benda memiliki pengertian yang luas. Selain mencakup barang maupun hak-hak itu sendiri, benda disini ialah segala sesuatu yang dapat di bebani dengan hak-hak dan merupakan objek sebagai lawan dari subjek hukum.⁷

Objek transaksi disini adalah *account* instagram seperti dalam pasal 18 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan elektronik yang menyatakan bahwa transaksi elektronik baru mengikat ketika telah diadakan kontrak elektronik, selanjutnya para pihak diberi kewenangan untuk memilih lembaga penyelesaian sengketa. Apabila para pihak tidak memilih lembaga penyelesaian sengketa, maka yang berlaku untuk menangani sengketa didasarkan pada asas hukum perdata internasional. Benda yang menjadi objek jual beli harus benda tertentu atau dapat ditentukan, baik wujud, jenis, jumlah, maupun harganya dan benda itu memang benda yang boleh diperdagangkan. Benda yang dijualbelikan itu status nya jelas dan sah menurut hukum, diketahui secara jelas calon pembeli, dijual ditempat umum, dan tidak saling merugikan kepada calon pembeli yang jujur.⁸

Cakap hukum dalam jual beli online juga sering tidak diketahui apakah setiap penjual dan pembeli sudah cakap hukum seperti yang diatur dalam pasal 1320 KUHPdata tentang syarat sah sebuah perjanjian terkait dengan subyek hukum

⁷ Riky Rustam. 2017. *Hukum Jaminan*. UII Press: Yogyakarta, hlm.2.

⁸ Dian Innes Anjaskara. 2016. *Pengaruh Sikap Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen Terhadap Minat Beli Melalui Situs Instagram)*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

dalam pasal tersebut.⁹ Pengaturan jual beli *followers* ini bila ditinjau dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 26 ayat (1), yaitu dijelaskan bahwa setiap informasi yang digunakan melalui media elektronik yang sifatnya mengandung unsur data privasi perseorangan harus atas sepengetahuan orangnya. Penjelasan Undang-Undang tersebut dalam jual beli *followers* dapat dikatakan melanggar, karena akun instagram yang menjadi *followers* yang ditambahkan oleh jasa penambah *followers* pada akun yang membeli *followers* ini ternyata tidak mengetahui bahwa akunnya ditambahkan.¹⁰ Para pihak dalam jual beli melalui internet, dalam transaksi jual belinya juga melibatkan *provider* sebagai penyedia jasa layanan internet dan bank sebagai suatu alat pembayaran. Banyaknya *followers* instagram memiliki manfaat selain untuk eksistensi mendokumentasikan aktifitas pribadi seseorang tetapi juga berfungsi untuk menjalankan usaha agar mendapatkan pangsa pasar yang luas secara online.¹¹ Untuk menarik konsumen para penyedia jasa *followers* biasanya menawarkan promo-promo marketing yang menarik dengan sebagai contoh potongan harga yang tinggi, contoh untuk harga normal 500 *followers* dengan harga Rp.30.000 dengan menggunakan promo yang disediakan jasa penambah *followers* bisa diperoleh dengan harga Rp.20.000 dan 1000 *followers* dengan harga Rp.40.000 dengan menggunakan promo 1000 *followers* bisa di peroleh dengan harga Rp.35.000. Namun di dalam transaksi tersebut perlu diperjelas bagaimana status jual beli *followers*

⁹ Devy Kumalasari. 2017. Syarat Sahnya Perjanjian Tentang Cakap Bertindak Dalam Hukum Menurut Pasal 1320 Ayat (2) KUHPerdota. *Jurnal Hukum Indonesia*. Vol.7. No.8, hlm. 54.

¹⁰ Hisyam Ali. 2018. Jual Beli *Followers* Ditinjau Menurut Undang-Undang ITE. *Jurnal Mimbar Hukum*. Vol. 3. No. 4, hlm. 56.

¹¹ Muhammad Irayadi. 2021. Asas Keseimbangan Dalam Hukum Perjanjian. *Hermeneutika*. Vol. 5, No. 1, hlm. 19-49.

jika menjadi objek hukum dalam transaksi jual beli. Sehingga dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Yuridis Praktik Transaksi Elektronik Jual Beli *Followers* Media Sosial Instagram Di Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik transaksi elektronik jual beli *followers* media sosial instagram ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata?
2. Bagaimana mekanisme praktik transaksi elektronik jual beli *followers* media sosial Instagram di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis mekanisme praktik transaksi elektronik jual beli *followers* media sosial instagram ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2. Mengetahui dan menganalisis mekanisme praktik transaksi elektronik jual beli *followers* media sosial Instagram di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bisa memberikan tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang Hukum Perdata dan *cyber crime* terutama tentang hukum perjanjian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi tentang menganalisis tinjauan yuridis praktik transaksi elektronik jual beli *followers* media sosial instagram di Indonesia .