

# PERLINDUGAN HUKUM BAGI SELEBGRAM YANG MELAKUKAN PROMOSI TERHADAP BARANG DAN JASA MILIK PELAKU USAHA

Anak Agung Ayu Diah Pradnya Paramitha, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: [paramithapradnyadiah@gmail.com](mailto:paramithapradnyadiah@gmail.com)  
Pande Yogantara, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: [pandeyoga85@gmail.com](mailto:pandeyoga85@gmail.com)

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang hubungan hukum antara pelaku usaha dengan selebgram dalam perjanjian endorsement serta untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap selebgram yang mempromosikan barang dan jasa milik pelaku usaha. Penelitian ini tergolong penelitian normatif yang menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa hubungan hukum antara pelaku usaha dengan selebgram dalam perjanjian endorsement berupa perikatan untuk memberi dan menerima suatu prestasi. Selanjutnya, terdapat 2 bentuk perlindungan hukum bagi selebgram yang mempromosikan barang dan jasa milik pelaku usaha, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.*

*Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Perjanjian Endorsement, Selebgram, Pelaku Usaha*

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the legal relationship between business actors and celebrities in the endorsement agreement as well as to identify and analyze forms of legal protection for celebrities that promote goods and services owned by business actors. This research is classified as normative research that uses a statutory approach and a conceptual approach. Based on the research results, it is known that the legal relationship between business actors and celebrities in the endorsement agreement is in the form of an agreement to give and receive an achievement. Furthermore, there are 2 forms of legal protection for celebrities that promote goods and services owned by business actors, namely preventive legal protection and repressive legal protection.*

*Keywords: Legal Protection, Endorsement Agreement, Selebgram, Business Actor*

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Di zaman sekarang teknologi dan informasi menghadapi pertumbuhan yang sangat cepat disebagian besar negara yang ada di dunia termasuk Indonesia. Tidak hanya dalam bidang teknologi dan informasi saja, namun dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, dan hukum juga mengalami kemajuan yang begitu cepat. Salah satu contoh perkembangan dalam bidang teknologi dan informasi yaitu perkembangan internet. Internet saat ini tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan tertentu, tetapi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari dikalangan masyarakat. Dengan adanya

internet, telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia menjadi lebih mudah.<sup>1</sup> Hampir segala hal dapat di akses dengan menggunakan internet tidak terkecuali dalam dunia bisnis. Bisnis *online* atau *electronic commerce* merupakan suatu aktivitas jual beli barang atau jasa dengan target konsumen online. Saat ini, bisnis *online* lebih diminati oleh pelaku usaha, dikarenakan tidak memerlukan modal yang banyak tanpa perlu menyewa tempat untuk berjualan. Bisnis *online* merupakan suatu aktivitas usaha yang dilakukannya secara *online* melalui jejaring sosial seperti Instagram, Line, Facebook, WhatsApp, dan yang lain-lain. Pemasaran produk melalui media sosial sebagai dampak dari cepatnya perkembangan teknologi dan informasi yang berpengaruh terhadap perkembangan budaya dan mengubah cara promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha.<sup>2</sup>

Saat ini media sosial *Instagram* banyak digemari oleh para pelaku usaha sebagai media promosi, yang pada dasarnya *Instagram* merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto oleh para penggunanya. Setiap pengguna akan saling mengikuti satu sama lain, semakin banyak pengguna tersebut memiliki pengikut maka akan semakin terkenal dan tingkat kepopulerannya akan semakin tinggi. Pengikut dalam media sosial *Instagram* disebut dengan *followers*. Pengguna *Instagram* dengan jumlah *followers* yang melimpah disebut dengan *Selebgram* atau artis *Instagram*. Persaingan bisnis yang semakin tinggi terjadi dikalangan para pelaku usaha dikarenakan banyaknya *online shop* yang bermunculan, yang menyebabkan calon pembeli memiliki banyak pilihan tempat untuk berbelanja. Sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha ialah seorang atau badan usaha baik yang didirikan dalam bentuk badan hukum atau yang melakukan kegiatan usahanya didalam kawasan hukum negara Republik Indonesia, dengan dilakukannya secara mandiri maupun secara bersama lewat suatu perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha diberagam bidang ekonomi.

Adanya persaingan bisnis yang semakin tinggi, saat ini para pemilik bisnis *online shop* pun melakukan berbagai cara agar dapat menarik perhatian para konsumen. Para pelaku usaha dalam mempromosikan suatu barang dagangannya saat ini banyak yang memilih menggunakan cara *endorsement*. *Endorsement* merupakan suatu bentuk promosi dengan menggunakan jasa *Selebgram* atau artis *Instagram* untuk mempromosikan barang dagangan yang diharapkan dapat menjadi pendukung usaha dari *online shop* tersebut. *Selebgram* digemari oleh para pelaku usaha bisnis *online* karena ketenarannya dan memiliki banyak *followers* yang dapat mendongkrak penjualan produk bisnis *online*. Dapat dipastikan bahwa akun *Instagram* dengan jumlah *followers* yang sangat banyak akan cenderung lebih mudah dilihat dan dibeli oleh para pengikutnya. Dengan melihat keuntungan yang didapat dari melakukan *endorsement* maka pelaku usaha bisnis *online* terus mencari para *Selebgram* yang sedang naik daun. Tidak hanya pelaku usaha saja yang mendapat

---

<sup>1</sup> Fawzi, M.Rizqa Anas dan Suatra Putrawan. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Elektronik." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 4 (2020): 1-12.

<sup>2</sup> Dyah, I. Gusti Ayu Indra Dewi, Pradnya Para, and Desak Putu Dewi Kasih. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2017): 1-5.

keuntungan, namun *Selebgram* selaku pemberi jasa *endorse* atau *endorser* dalam mempromosikan produk juga akan mendapatkan keuntungan yang sebanding.<sup>3</sup> *Endorsement* didasari oleh suatu perjanjian antara pelaku usaha bisnis *online* dengan artis atau *Selebgram*. Menurut ketentuan dalam Pasal 1313 KUHPerdara bahwa perjanjian disebutkan sebagai suatu kegiatan dengan menggunakan nama satu pihak atau lebih yang mengikatkan diri kepada satu orang atau lebih. Atas dasar hal tersebut munculah suatu ikatan hukum antara orang satu atau lebih yang disebut dengan perikatan, didalam suatu perikatan terdapat hak dan kewajiban dari pihak-pihak yang terlibat.

Dalam suatu perjanjian memuat unsur janji yang diserahkan oleh pihak satu kepada pihak lainnya. Dari adanya suatu perjanjian ini para pihak terikat oleh akibat hukum yang timbul karena kemauannya sendiri. Bahwa dalam hal ini *Selebgram* sebagai *endorser* yang merupakan ikon atau sumber yang secara langsung mengantarkan pesan dari sebuah produk, yang secara hukum dipersepsikan sebagai sumber utama. Dengan demikian *Selebgram* dipandang sebagai bagian dari produsen dalam konteks hukum perlindungan konsumen, walaupun *endorser* dan seseorang yang memperkerjakannya terikat didalam perjanjian itu<sup>4</sup> Didalam sebuah perjanjian *endorsement*, *Selebgram* sebagai subyek hukum belum mempunyai perlindungan hukum apabila adanya wanprestasi yang diperbuat oleh pelaku usaha, dimana akibat dari wanprestasi tersebut dapat menimbulkan kerugian yang diderita oleh konsumen. Nyatanya banyak konsumen yang mengeluh terhadap *selebgram* karena konsumen yang merasa dirugikan oleh apa yang telah di *endorse* oleh *selebgram* tersebut, padahal dalam hal ini yang menjual barang tersebut adalah pelaku usaha dan *selebgram* tersebut hanyalah sebagai perantara antara pelaku usaha dengan konsumen, dengan mempromosikan barang tersebut. Sebagai akibatnya konsumen meminta ganti rugi kepada *selebgram*, yang membuat *selebgram* tersebut ikut dirugikan akibat kesalahan yang dipebuat oleh pelaku usaha.

Satjipto Raharjo berpendapat bahwa perlindungan hukum merupakan suatu upaya untuk mengorganisasikan segala kepentingan yang ada pada masyarakat supaya tidak menimbulkan ketidaksesuaian antar kepentingan, sehingga bisa merasakan segala hak-hak yang diberikan oleh hukum. Perlindungan tersebut berupa sebuah perlindungan akan hak asasi manusia dampak dari kerugian yang ditimbulkan oleh orang lain. Perlindungan kepada setiap warga negara sebagai individu ataupun kelompok, yang menjadi salah satu hal terpenting dalam mewujudkan ketentraman dan kesejahteraan, karena jika tidak ada suatu perlindungan hukum yang dapat menciptakan rasa aman tidak mungkin tercapai suatu kesejahteraan bagi masyarakat.<sup>5</sup>

Tulisan ini apabila dibandingkan dengan studi-studi terdahulu memiliki kesamaan topik namun berbeda dalam hal pembahasan dan fokus

---

<sup>3</sup> Suryandini, Dewa Ayu Kade Wida, and Suatra Putrawan. "Pertanggungjawaban Selebgram Terhadap Konsumen Yang Mempromosikan Barang dan Jasa Di Media Sosial." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 6 (2020): 922-932.

<sup>4</sup> Putri, Dian Syah, Bambang Eko Turisno, and Suradi Suradi. "Tanggung Jawab Artis Endorser Terhadap Konsumen Atas Kosmetik Ilegal Yang Diiklankan." *Diponegoro Law Journal* 8, no. 3 (2019): 1905-1918.

<sup>5</sup> Nola, Luthvi Febryka. "Upaya Perlindungan Hukum Secara Terpadu Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) (Integrated Legal Protection For Migrant Workers)." *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 7, no. 1 (2017): 35-52.

permasalahannya. Adapun karya tulis tersebut antara lain yang disusun oleh "Dewa Ayu Kade Wida Suryandini" dan "Suatra Putrawan" pada tahun 2020 dengan judul "Pertanggungjawaban Selebgram Terhadap Konsumen Yang Mempromosikan Barang dan Jasa Di Media Sosial". Tulisan tersebut memiliki keterkaitan dalam hal subyek yang diteliti yaitu *selebgram*, dari sudut pandang pertanggungjawaban selebgram kepada konsumen terhadap produk yang diiklankannya. Selanjutnya penulisan karya ilmiah yang disusun oleh "Ni Made Rai Dwikayanti" dan "Ni Putu Purwanti" pada tahun 2021 dengan judul "Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Jasa Endorse Dalam Perjanjian Endorsement". Tulisan tersebut memiliki keterkaitan dalam hal subyek yang diteliti yaitu pemberi jasa endorse dan lebih berfokus mengenai karakteristik hukum dari perjanjian endorsement. Akan tetapi, dari beberapa studi-studi tersebut diatas memiliki tujuan dan hasil yang berbeda. Dalam penulisan jurnal ini lebih berfokus pada pemberian perlindungan hukum kepada Selebgram yang mempromosikan barang dan jasa milik pelaku usaha apabila adanya gugatan yang diajukan oleh konsumen yang merasa dirugikan atas barang dan jasa di promosikan oleh selebgram tersebut. Dikarenakan belum adanya perlindungan hukum yang dapat melindungi selebgram dalam melakukan suatu promosi barang dan jasa milik dari pelaku usaha tersebut. Maka berdasarkan hal ini penulis tertarik untuk menulis penelitian jurnal ilmiah yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Selebgram Yang Melakukan Promosi Terhadap Barang dan Jasa Milik Pelaku Usaha".

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan atas latar belakang yang telah disampaikan diatas, adapun permasalahan yang dapat dirumuskan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hubungan hukum antara pelaku usaha dengan *selebgram* dalam perjanjian *endorsement* ?
2. Apakah bentuk perlindungan hukum terhadap *selebgram* yang mempromosikan barang dan jasa milik pelaku usaha?

### 1.3. Tujuan Penulisan

Penulisan jurnal ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang hubungan hukum antara pelaku usaha dan *selebgram* dalam perjanjian *endorsement* serta untuk mengetahui dan menganalisis tentang bentuk perlindungan hukum terhadap *selebgram* yang mempromosikan barang dan jasa milik pelaku usaha.

## 2. Metode Penelitian

Jurnal ini tergolong penelitian normatif. Di dalam penulisan jurnal ini, digunakan 2 jenis pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*). Utamanya melalui pendekatan konseptual, dipandang penting untuk membangun suatu argumentasi hukum dalam menuntaskan suatu permasalahan yang dialami. Terlebih lagi, memang belum ada norma hukum yang mengatur untuk masalah yang akan di teliti.<sup>6</sup> Seluruh

---

<sup>6</sup> Suteki & Taufani, G. *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik*. (Depok, PT RajaGrafindo Persada 2018), 41.

bahan hukum dalam jurnal ini dikumpulkan melalui Teknik studi dokumen dan selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dengan Selebgram dalam Perjanjian *Endorsement*

Perjanjian *endorsement* terdiri dari *Selebgram*/ artis *Instagram* selaku pemberi jasa *endorse* dan pelaku usaha yang tidak luput dari permasalahan *e-commerce* yang melibatkan moral dan itikad baik. Yang dimaksud dengan teknik *endorsement* ini sesungguhnya merupakan sebuah perjanjian yang menyertakan beberapa pihak dan menimbulkan suatu prestasi yaitu adanya hak serta kewajiban bagi pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian *endorsement* tersebut. Perjanjian *endorsement* pada dasarnya merupakan suatu perikatan, namun didalam KUHPerdara perjanjian *endorsement* tersebut tidak diatur. Dikarenakan pada Buku III KUHPerdara yang menggunakan sistem terbuka, dengan begitu perjanjian *endorsement* diperbolehkan.<sup>7</sup>

Menurut pendapat Subekti, perikatan merupakan bentuk abstrak dari suatu perjanjian, sedangkan perjanjian merupakan bentuk konkrit dari suatu perikatan. Dengan begitu dapat diartikan bahwa adanya suatu hubungan hukum antara kedua belah pihak yang di dalamnya terdapat hak dan kewajiban, dimana adanya suatu hak untuk menuntut sesuatu begitu juga sebaliknya adanya suatu kewajiban untuk memenuhi suatu tuntutan. Hubungan hukum tersebut bisa saja terjadi kepada sesama subyek hukum atau antara subyek hukum dengan benda. Terjadinya hubungan antar sesama subyek hukum bisa saja dikarenakan oleh beberapa orang, orang bersama dengan badan hukum, atau antar sesama badan hukum. Antara subyek hukum dengan benda dalam bentuk hak apa yang dikuasai oleh subyek hukum atau suatu benda tersebut, baik benda bergerak, benda tidak bergerak, ataupun benda berwujud.<sup>8</sup>

Dalam KUHPerdara Buku II bagian umum Bab I hingga Bab IV terdapat pengaturan mengenai perikatan secara khusus. Didalamnya membahas mengenai bagaimana lahirnya perikatan, mengenai jenis-jenis perikatan, hapusnya perikatan, dan lain sebagainya. Pengertian perihal perjanjian itu sendiri telah di atur pada Pasal 1313 Bab II Buku III KUHPerdara, perjanjian dikatakan sebagai suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih saling mengingatkan diri. Tidak hanya itu saja menurut KUHPerdara, apabila salah satu pihak tidak menjalankan suatu kewajibannya seperti yang telah dimuat didalam suatu perjanjian tersebut, maka perbuatan tersebut dapat dikategorikan sebagai wanprestasi. Terjadinya suatu wanprestasi, prestasi maupun keadaan memaksa yang disebabkan adanya hukum perikatan.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Yudityastri, Alya. "Klausula Baku Dalam Perjanjian *Endorsement* Dikaitkan Dengan Asas Kebebasan Berkontrak." *Jurnal Privat Law* 8, no. 2 (2020) 165-172.

<sup>8</sup> Brahmanta, Dewa Gede Ari Yudha, and Anak Agung Sri Utari. "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen." *Universitas Udayana* 4, no. 02 (2016):1-5

<sup>9</sup> Hartana, Hartana. "Hukum Perjanjian (Dalam Perspektif Perjanjian Karya Pengusahaan Pertambangan Batubara)." *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)* 2, no. 2 (2016):147-182

Adapun dalam perjanjian *endorsement* ini memuat hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Mengenai hak dan kewajiban dari pelaku usaha itu sendiri sebenarnya telah di atur pada Pasal 6 dan 7 UUPK. Hak bagi pelaku usaha secara umum antara lain, yaitu:

- 1) Pelaku usaha berhak mendapatkan keuntungan dari apa yang telah dilakukan oleh *Selebgram* selaku *endorser* yang membantu pelaku usaha dalam mempromosikan barang/ produk dari pelaku usaha kepada konsumen untuk menarik minat para konsumen tersebut.
- 2) Pelaku usaha berhak menuntut *endorser*, jika *endorser* tidak melakukan kewajiban sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati oleh pelaku usaha dengan *Selebgram* selaku pemberi jasa *endorse*.
- 3) Pelaku usaha mempunyai hak untuk membela diri dengan sebagaimana mestinya di dalam menyelesaikan suatu perselisihan terhadap konsumen.
- 4) Berhak mendapatkan perlindungan hukum dan berhak atas pemulihan nama baik apabila terbukti pelaku usaha tidak bersalah atas tuntutan yang diajukan kepada dirinya.

Selanjutnya mengenai kewajiban pelaku usaha, antara lain:

- 1) Pelaku usaha wajib memberi bayaran berupa sejumlah uang kepada *endorser*, sebagai pihak yang telah mempromosikan barang/ produk milik pelaku usaha kepada konsumen sesuai dengan perjanjian yang telah mereka sepakati.
- 2) Pelaku usaha berkewajiban memberi arahan terhadap *Selebgram*, dengan memberikan instruksi mengenai produk atau barang yang akan dipromosikan.
- 3) Pelaku usaha bertanggungjawab mengenai informasi atau kondisi barang yang diperdagangkannya.
- 4) Pelaku usaha haruslah memiliki itikad baik dan jujur dalam melakukan suatu kegiatan usahanya, dan dapat menjamin standar/ mutu suatu barang ataupun jasa yang ia produksi.
- 5) Pelaku usaha berkewajiban memberi jaminan, kompensasi, ataupun ganti rugi jika yang diperdagangkan tidaklah sesuai dengan perjanjian.<sup>10</sup>

Mengenai kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha juga dapat dilihat pada Pasal 20 dijelaskan bahwa “pelaku usaha periklanan bertanggungjawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Secara garis besar tuntutan atas kerugian yang dialami oleh konsumen baik berupa kerugian materil, fisik, maupun jiwa, yang dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu tuntutan atas dasar wanprestasi dan tuntutan berdasarkan pada perbuatan melanggar hukum.<sup>11</sup>

Tanggung jawab tidak semata-mata disebabkan karena perbuatan yang dilakukan oleh diri sendiri, melainkan mengenai suatu perbuatan melanggar hukum orang lain dan barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

---

<sup>10</sup> Puspita, Made Indah. "Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Online." *Kertha Semaya* (2014): 1-5.

<sup>11</sup> Mayadiani, I. Gusti Agung, and I. Ketut Wirawan. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Periklanan Yang Merugikan Pihak Konsumen." *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 6, no. 7 (2017):1-9

Dalam Pasal 1367 ayat(1) KUHPerdara dinyatakan bahwa “seseorang tidak hanya bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri tetapi juga disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya, atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya”. Dengan begitu para pengusaha memiliki kewajiban untuk menganggung segala kerugian yang diderita oleh konsumen, karena produk yang di *endorse* oleh *Selebgram* tersebut merupakan tanggungannya atau barang-barang tersebut berada dibawah pengawasannya.<sup>12</sup>

Di dalam perjanjian *endorsement*, tidak hanya memuat hak dan kewajiban dari pelaku usaha saja tetapi juga hak dan kewajiban dari *Selebgram*. Adapun hak bagi *selebgram* selaku pemberi jasa *endorse* antara lain:

- 1) *Selebgram* berhak mendapatkan sejumlah bayaran dari pelaku usaha, apabila *selebgram* tersebut telah melakukan tugasnya dengan mempromosikan barang milik pelaku usaha sesuai dengan perjanjian yang sudah disepakati.
- 2) *Selebgram* berhak menuntut apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran yang tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
- 3) *Selebgram* berhak mendapatkan perlindungan hukum bila terjadi sebuah pelanggaran yang menimbulkan kerugian pada *selebgram* itu sendiri.

Mengenai kewajiban dari *Selebgram*, yaitu *Selebgram* berkewajiban untuk mempromosikan atau memposting, produk atau barang milik pelaku usaha di media sosial milik *selebgram* itu sendiri, sesuai dengan perjanjian. Secara umum *selebgram* selaku *endorser* sebagai pihak yang mempromosikan produk dari pelaku usaha kepada konsumen berdasarkan atas perjanjian yang sudah dibuat oleh kedua belah pihak. *Selebgram* setelah menerima haknya dengan sejumlah bayaran dari pelaku usaha, *Selebgram* atau *endorser* akan melakukan kewajibannya untuk mempromosikan produk sesuai dengan perjanjian yang telah disetujui bersama dengan pihak pelaku usaha. Terkait hubungan hukum yang terjadi antara *endorser* atau *selebgram* dengan konsumen yakni tidak memiliki hubungan hukum secara langsung maka konsumen tidak dapat menggugat *selebgram* akibat dari kerugian yang dialami oleh konsumen, dikarenakan kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut akibat dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha.

### 3.2. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Selebgram Yang Mempromosikan Barang dan Jasa Milik Pelaku Usaha

Perlindungan hukum menurut Prof. Dr. Philipus M. Hadjon, SH yaitu suatu bentuk perlindungan akan nilai-nilai kemanusiaan, serta sebuah penghormatan terhadap kebebasan dasar manusia yang dipunyai oleh subyek hukum berdasarkan atas ketentuan hukum yang berlaku, dengan demikian hukum dapat dikatakan sebagai beberapa peraturan atau norma yang dapat menaungi hal satu dengan yang lainnya.<sup>13</sup> Jadi yang dimaksud dengan perlindungan hukum ialah segala upaya yang dilakukan untuk menaungi tiap-tiap orang atas sikap yang berlawanan

---

<sup>12</sup> Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum perlindungan konsumen* (Jakarta, Sinar Grafika, 2008), 37.

<sup>13</sup> Ratihtiari, A.A. Titah dan I Wayan Parsa. “Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Migran Indonesia Di Luar Negeri”. *Jurnal Negara Hukum* 7 no. 7 (2019): 1-15

dengan hukum, atau perbuatan yang melanggar hak orang lain, pemerintah melakukan upaya pemenuhan hak bagi setiap warga negara melalui aparat penegak hukum dengan atas dasar hukum yang berlaku. Ada dua bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah, yaitu:

1. Bentuk Perlindungan Hukum Preventif

Sebuah upaya yang diberikan oleh pemerintah sebagai wujud suatu perlindungan hukum yang dilakukan dengan tujuan mencegah terjadinya suatu pelanggaran. Pencegahan yang dilakukan pemerintah yaitu dengan cara memberikan sebuah petunjuk atau arahan serta memberi batasan dalam menjalankan suatu hal yang menjadi tugasnya. Dengan demikian pemerintah dalam mengambil suatu keputusan dapat bersikap lebih berhati-hati.

2. Bentuk Perlindungan Hukum Represif

Suatu upaya hukum yang diberikan sebagai bentuk perlindungan, apabila sudah terjadinya atau adanya suatu perselisihan. Selain itu, perlindungan hukum ini menjadi suatu perlindungan akhir berbentuk sanksi seperti sebuah kompensasi atau denda, penjara, dan jika sudah dilakukan suatu pelanggaran akan dikenakan hukuman tambahan.<sup>14</sup>

Dari pembahasan permasalahan diatas, masalah yang kerap timbul yaitu apabila produk tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, dapat terkait dengan wujud, manfaat, fungsi, atau apa saja terkait yang telah diperjanjikannya, dan konsumen merasa bahwa dirinya membeli produk tersebut diakibatkan dengan adanya promosi yang dilakukan oleh *Selebgram*, dan merasa bahwa selebgram selaku *endorser* ikut bertanggungjawab. Dalam hal ini *selebgram* hanyalah sebagai perantara pelaku usaha dengan konsumen, dalam mempromosikan suatu produk melalui media sosial yaitu *Instagram*. Namun pada kenyataannya *selebgram* yang berperan sebagai *endorser* dapat dinyatakan melakukan kesalahan karena tidak melakukan pemeriksaan terhadap kebenaran manfaat dan fungsi dari produk yang akan dipromosikan, sehingga mengakibatkan kerugian yang dialami oleh konsumen.<sup>15</sup>

Perlindungan Hukum Preventif yang pada dasarnya preventif diartikan sebagai pencegahan, memiliki arti yang sangat besar bagi tindak pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan. Perlindungan hukum preventif yang dapat dilakukan oleh *Selebgram* terhadap pelaku usaha dalam hal ini yaitu dengan cara memberikan sebuah pernyataan sebelum terjadinya perjanjian, maka *Selebgram* harus mencoba produk tersebut terlebih dahulu sehingga *Selebgram* tersebut dapat mengetahui bagaimana kualitas dari produk tersebut. Perlindungan hukum preventif yang selanjutnya yaitu dengan dituliskannya di dalam sebuah kontrak bahwa apabila timbul kerugian

---

<sup>14</sup> Mulyani, I Gusti Agung Dewi, I Made Sarjana, I Made Dedy Priyanto. "Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Harian Lepas Pada Hotel Puri Bagus Candidasa". *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 1, no. 10 (2013): 1-13

<sup>15</sup> Dwikayanti, Ni Made Rai, and Ni Putu Purwanti. "Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Jasa Endorse Dalam Perjanjian Endorsement." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 9, no. 5 (2020): 747-759.



yang dialami oleh konsumen selaku pihak ketiga akibat dari produk yang di *endorse*, maka *Selebgram* tidak bertanggungjawab dan jika terhadap gugatan yang diajukan oleh konsumen dampak dari produk yang di *endorse* tersebut, maka pelaku usaha harus memberikan ganti kerugian kepada *Selebgram*.

Sedangkan Perlindungan Hukum Represif berfungsi untuk menyelesaikan sengketa yang telah muncul akibat adanya pelanggaran. Perlindungan ini merupakan perlindungan akhir yang berupa pemberian sanksi terhadap pelanggaran yang telah dilakukan dengan cara melakukan pengajuan gugatan Perbuatan Melanggar Hukum sesuai pada Pasal 1365 KUHPerdara, bahwa dalam pasal tersebut ada beberapa unsur, yaitu adanya perbuatan yang berlawanan dengan hukum, yaitu melanggar hak milik orang lain, dan tidak sesuai dengan kesusilaan, dan tidak sesuai dengan kepatutan yang ada dimasyarakat. Adapun unsur kesalahan yang bisa dinilai secara objektif dan subjektif. Yang pertama secara objektif yaitu dengan mengamati situasi seperti halnya manusia yang normal dapat berpekulasi atas munculnya suatu akibat dan hal ini memungkinkan untuk menangkal seseorang yang baik untuk bertindak atau tidak bertindak. Dan perlu dicari tahu lagi secara subjektif mengenai, apakah si pembuat berdasarkan kemahirannya dapat memperkirakan dampak dari perbuatan yang ia lakukan.<sup>16</sup>

Di dalam hal ini tentu saja terdapat kesalahan dari pelaku usaha dimana pelaku usaha dalam menjual produknya tidak sesuai dengan apa yang sudah diperjanjikan, dengan begitu tidak sesuai dengan aturan perundang-undangan serta kesusilaan dan kepatutan yang berlaku di masyarakat. Akibatnya hal tersebut merugikan *Selebgram* secara materiil maupun idiil. Secara materiil yaitu kerugian di mana pelaku usaha harus membayar sejumlah uang kepada konsumen dan secara idiil yaitu dimana terdapat *image* buruk yang ada pada *Selebgram* selaku *endorser* dalam pandangan konsumen atau kehilangan *fans* dan *followers* yang diakibatkan oleh produk yang ia promosikan. Hubungan kausal yang terdapat antara pelaku usaha dengan *Selebgram* adalah bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab karena akibat membuat produk yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan pada konsumen dan menimbulkan kerugian terhadap *Selebgram*.

#### 4. Kesimpulan

Hubungan hukum antara pelaku usaha dan *selebgram* dapat dilihat dalam perjanjian *endorsement*. Perjanjian *a quo* tidak lain merupakan perjanjian kerjasama antara pelaku usaha dengan *Selebgram* selaku pemberi jasa *endorse*, sehingga terdapat perikatan yang muncul akibat perjanjian dan dalam hal untuk memberi dan menerima suatu prestasi telah terikat suatu hubungan hukum. Adapun bentuk perlindungan terhadap *Selebgram* dalam memberikan promosi atau *endorse* dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif terejawantahkan dalam redaksi kalimat dalam perjanjian *endorsement* yang pada pokoknya membebaskan *selebgram* dari segala tanggungjawab apabila konsumen mengalami kerugian setelah menggunakan produk yang di-*endorse* oleh *selebgram*. Sedangkan perlindungan hukum represif, maka *Selebgram* dapat mengajukan gugatan perbuatan melanggar hukum kepada pelaku usaha. Mengingat

---

<sup>16</sup> Andayani, Isetyowati, and Raden Besse Kartoningrat. "Perlindungan Hukum Terhadap Artis Dalam Perjanjian Endorsement." *Jurnal Hukum STHG 2*, no. 2 (2019): 73-86.

kesalahan dari pelaku usaha, mengakibatkan kerugian terhadap *Selebgram* selaku *endorser*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum perlindungan konsumen* (Jakarta, Sinar Grafika, 2008).
- Suteki & Taufani, G. *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori Dan Praktik)*. (Depok, PT RajaGrafindo Persada, 2018).

### Jurnal

- Andayani, Isetyowati, and Raden Besse Kartoningrat. "Perlindungan Hukum Terhadap Artis Dalam Perjanjian Endorsement." *Jurnal Hukum STHG* 2, no. 2 (2019).
- Brahmanta, Dewa Gede Ari Yudha, and Anak Agung Sri Utari. "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen." *Universitas Udayana* 4, no. 02 (2016).
- Dwikayanti, Ni Made Rai, and Ni Putu Purwanti. "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMBERI JASA ENDORSE DALAM PERJANJIAN ENDORSEMENT." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 9, no. 5 (2020)
- Dyah, I. Gusti Ayu Indra Dewi, Pradnya Para, and Desak Putu Dewi Kasih. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2017)
- Fawzi, M.Rizqa Anas dan Suatra Putrawan. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Elektronik." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8 no. 4 (2020)
- Hartana, Hartana. "Hukum Perjanjian (Dalam Perspektif Perjanjian Karya Pengusahaan Pertambangan Batubara)." *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)* 2, no. 2 (2016).
- Mayadiani, I. Gusti Agung, and I. Ketut Wirawan. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Periklanan Yang Merugikan Pihak Konsumen." *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana* 6, no. 7 (2017).
- Mulyani, I Gusti Agung Dewi, I Made Sarjana, I Made Dedy Priyanto. "Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Harian Lepas Pada Hotel Puri Bagus Candidasa". *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 01 no. 10 (2013).
- Nola, Luthvi Febryka. "Upaya Perlindungan Hukum Secara Terpadu Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) (Integrated Legal Protection For Migrant Workers)." *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 7, no. 1 (2017).
- Puspita, Made Indah. "Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Online." *Kertha Semaya* (2014).
- Putri, Dian Syah, Bambang Eko Turisno, and Suradi Suradi. " Tanggungjawab Artis Endorser Terhadap Konsumen Atas Kosmetik Ilegal Yang Diiklankan." *Diponegoro Law Journal* 8, no. 3 (2019)

- Ratihtiari, A.A. Titah dan I Wayan Parsa. "Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Migran Indonesia Di Luar Negeri". *Jurnal Negara Hukum* 7, no. 7 (2019).
- Suryandini, Dewa Ayu Kade Wida, and Suatra Putrawan. "Pertanggungjawaban Selebgram Terhadap Konsumen Yang Mempromosikan Barang Dan Jasa Di Media Sosial". *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 6 (2020).
- Yudityastri, Alya. "KLAUSULA BAKU DALAM PERJANJIAN ENDORSEMENT DIKAITKAN DENGAN ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK." *Jurnal Privat Law* 8, no. 2 (2020).

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).