

**PERTANGGUNGJAWABAN KEPERDATAAN GOOGLE
PARTNER DEWARANGGA.COM TERHADAP
PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN
MELALUI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum
Program Studi Ilmu Hukum

Oleh:

FATIMA CHAIRINA NST
NPM: 1506200165



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2 0 1 9**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Strata I bagi:

NAMA : FATIMA CHAIRINA NST
NPM : 1506200165
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERTANGGUNGJAWABAN KEPERDATAAN GOOGLE PARTNER DEWARANGGA.COM TERHADAP PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL
PENDAFTARAN : Tanggal 16 Maret 2019

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Komprehensif, penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
Dekan Fakultas Hukum

Pembimbing


Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H.
NIP: 196003031986012001


FAJARUDDIN, S.H., M.H.
NIDN: 0125127303



BERITA ACARA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 21 Maret 2019, Jam 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : FATIMA CHAIRINA NST
NPM : 1506200165
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERTANGGUNGJAWABAN KEPERDATAAN GOOGLE PARTNER DEWARANGGA.COM TERHADAP PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Dinyatakan : (B) Lulus Yudisium dengan predikat Baik
() Lulus Bersyarat, memperbaiki/Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam BAGIAN HUKUM PERDATA.

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H.
NIP: 196003031986012001

Sekretaris

FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502

ANGGOTA PENGUJI:

1. ZAINUDDIN, S.H., M.H.
2. HARISMAN, S.H., M.H.
3. FAJARUDDIN, S.H., M.H.

1.

2.

3.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : FATIMA CHAIRINA NST
NPM : 1506200165
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : PERTANGGUNGJAWABAN KEPERDATAAN GOOGLE PARTNER DEWARANGGA.COM TERHADAP PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada
Panitia Ujian Skripsi

Medan, 15 Maret 2019

Pembimbing



FAJARUDDIN, S.H., M.H.
NIDN: 0125127303

Unggul | Cerdas | Terpercaya



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662

Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FATIMA CHAIRINA NST**
NPM : 1506200165
Program : Strata – I
Fakultas : Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Pertanggungjawaban Keperdataan Google Partner
Dewarangga.com Terhadap Perjanjian Pemasangan
Iklan Melalui Media Sosial

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Maret 2019
Saya yang menyatakan



FATIMA CHAIRINA NST

ABSTRAK

PERTANGGUNGJAWABAN KEPERDATAAN GOOGLE PARTNER DEWARANGGA. COM TERHADAP PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Fatima Chairina NST

Iklan *online* adalah info atau pesan yang disampaikan kepada khalayak umum dengan tujuan untuk mengenalkan, mengajak, membujuk agar khalayak umum atau masyarakat ikut pada suatu ajakan tertentu yang terpasang dan bisa terlihat pada jaringan internet. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji keabsahan perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial yang dibuat oleh para pihak dan mengkaji bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pemasangan iklan *online* melalui media sosial, serta mengkaji bagaimana pertanggungjawaban google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial *online* jika terjadi wanprestasi.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan yuridis normatif dengan data sekunder dengan mengolah data dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier.

Berdasarkan hasil penelitian dipahami bahwa keabsahan perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial yang dibuat oleh para pihak di Indonesia adalah berdasarkan kesepakatan para pihak yang merupakan salah satu syarat sahnya sebuah perjanjian. Kesepakatan para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial sebagai medianya dapat dikatakan sah, dilihat dari cara terjadinya yaitu dengan menggunakan tanda tangan digital (*digital signature*) pada kesepakatan yang dilakukan melalui surat elektronik. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pemasangan iklan *online* melalui media sosial pada dasarnya belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media *online* (melalui *facebook* maupun *instagram*). Selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam pemasangan iklan melalui media *online*. Sedangkan peraturan yang digunakan untuk mengatur mengenai transaksi e-commerce adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun dalam undang-undang ini, tidak ada ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan perusahaan jasa pemasangan iklan melalui media *online*. Pertanggungjawaban keperdataan google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial *online* apabila pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum dan wanprestasi, maka dapat dimintakan pertanggungjawaban berupa ganti rugi. Perihal ganti rugi dalam perbuatan melanggar hukum dan wanprestasi adalah kerugian yang timbul akibat perbuatan tersebut yang bentuknya berupa biaya, rugi dan bunga.

Kata Kunci: Pertanggungjawaban, Iklan, *Online*.

KATA PENGANTAR



Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarkatuh

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi penyayang atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul “Pertanggungjawaban Keperdataan Google Partner Dewarangga. Com Terhadap Perjanjian Pemasangan Iklan Melalui Media Sosial”.

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Agussani., M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Ibu Dr. Ida Hanifah, S.H., M.H atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Faisal, S.H., M. Hum dan Wakil Dekan III Bapak Zainuddin, S.H., M.H.

Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Bapak Fajaruddin, S.H., M.H selaku Pembimbing yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

Disampaikan juga penghargaan kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tak terlupakan disampaikan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah memberikan data selama penelitian berlangsung.

Secara khusus dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah mengasih dan mendidik dengan curahan kasih sayang. Semoga Allah membalas kebaikannya. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan perannya, dan untuk itu disampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sebagaimana layaknya karya manusia yang daif. Akan tetapi, Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan berfikir bagi setiap orang yang membacanya.

Medan, Maret 2019
Penulis

Fatima Chairina NST

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah.....	6
2. Faedah Penelitian	6
B. Tujuan Penelitian	7
C. Definisi Operasional	7
D. Keaslian Penelitian.....	9
E. Metode Penelitian	10
1. Jenis dan pendekatan penelitian.....	10
2. Sifat penelitian	10
3. Sumber data	11
4. Alat pengumpulan data	11
5. Analisis data.....	12
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Pertanggungjawaban Keperdataan.....	13
B. Syarat Sahnya Perjanjian	17
C. Media Sosial <i>Online</i>	29

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Keabsahan Perjanjian Pemasangan Iklan <i>Online</i> dalam Media Sosial yang Dibuat oleh Para Pihak.....	32
B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Pemasangan Iklan <i>Online</i> Melalui Media Sosial.....	47
C. Pertanggungjawaban Google Partner Dewarangga.Com dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Melalui Media Sosial <i>Online</i>	55
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan. Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Kasus-kasuspelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisa siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawaban dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.¹

Meningkatnya jumlah pengguna internet sendiri telah menarik berbagai macam bisnis untuk mempromosikan produknya di internet dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan. Jutaan orang di seluruh dunia mencari dan membeli barang yang mereka inginkan dengan berselancar di internet. Internet mampu mempengaruhi hampir di semua sektor bisnis, dari mulai perusahaan-perusahaan skala besar hingga *online shop* kecil pun memanfaatkan internet untuk branding produk, pemasaran, penjualan produk atau fungsi bisnis lainnya.

Iklan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen

¹ Shidarta. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, halaman 58.

menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Perkembangan iklan pada saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan perkembangan iklan tersebut diiringi dengan semakin ketatnya persaingan antara para produsen barang atau jasa yang menggunakan jasa periklanan untuk menginformasikan produk barang atau jasa yang diproduksinya.²

Bentuk informasi media iklan yang ada sekarang juga beragam, mulai dari iklan cetak, iklan di radio, iklan di media televisi dan iklan pada media sosial. Iklan pada media sosial ini atau bisa disebut juga dengan iklan *online* yang akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Iklan seperti ini biasanya digunakan sebagai bentuk transaksi *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksinya dapat berupa iklan jual beli produk atau jasa melalui sebuah media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *blogspot*, *website* dan lain-lain sehingga meningkatnya jumlah pengguna internet membawa dampak yang besar bagi dunia bisnis dengan berbelanja lewat internet sebagai *lifestyle*, ini membuat para pebisnis mulai beralih dari pemasaran tradisional ke pemasaran modern seperti membuka toko *online* lewat *website* maupun media sosial lain.

Media sosial telah mengubah cara konsumen berinteraksi dan perusahaan di dalam memasarkan produk, meskipun di Indonesia trennya masih tergolong kecil, tapi pertumbuhannya cukup pesat. Adanya situs jejaring sosial ini dijadikan peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang

² Mita Aprilliawati. 2014. "Iklan Online Dalam Media Sosial (Tinjauan Yuridis Terhadap Peraturan Perundang-Undangan)". Surakarta: Jurnal, melalui <http://eprints.ums.ac.id/pdf>, diakses Senin 04 Pebruari 2019, halaman 1.

akan dijual. Banyak kelebihan yang dapat diambil dari pemasaran lewat jejaring sosial ini diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek.

Pelaku bisnis lebih mudah memasarkan produknya melalui jejaring sosial karena sasaran pertama bisnis ini adalah orang yang dikenal, sehingga mudah untuk melakukan komunikasi. Diawali dari komunikasi dari satu teman ke teman yang lain hingga akhirnya menyebar dan membuka jaringan peluang bisnis baru. Bentuk informasi media iklan yang ada sekarang juga beragam.

Iklan pada media sosial ini atau bisa disebut juga dengan iklan *online* yang akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Iklan seperti ini biasanya digunakan sebagai bentuk transaksi *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksinya dapat berupa iklan jual beli produk atau jasa melalui sebuah media sosial seperti *Facebook*, *twitter*, *blogspot*, *website* dan lain-lain sehingga meningkatnya jumlah pengguna internet membawa dampak yang besar bagi dunia bisnis dengan berbelanja lewat internet sebagai *lifestyle*.³

Iklan *online* pada media massa sosial banyak bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produknya, diantaranya seperti: Produk elektronik, produk mainan anak, produk properti, produk pakaian, produk makanan atau oleh-oleh. Iklan atau *advertisement* merupakan produk periklanan atau *advertising product*. Atau lebih rincinya, bahwa istilah periklanan berbeda dengan iklan. Iklan adalah beritanya, sedang memperiklanankan merupakan prosesnya, yaitu suatu

³ Fina Fitriyana dan Mustafid, Suparti. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling*. Semarang: Jurnal Gaussian Universitas Diponegoro, halaman 2.

program kegiatan untuk mempersiapkan program tersebut dan menyebarkan kepada pasar.⁴

Seorang pemasar yang ingin memasang iklan di internet harus mengerti dengan jelas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli yaitu pemasar iklan harus memenuhi prosedur dan asas umum kode etik periklanan seperti: memberitahukan identitas kepada konsumen, alamat yang jelas bilamana konsumen bermaksud mengirimkan *complain*, memberitahukan hak-hak konsumen untuk menarik kembali uang bilamana tidak terjadi transaksi, memberitahukan ciri-ciri barang apabila adanya jaminan (garansi) setelah terjadi transaksi, memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian pembayaran dan pengiriman. Semua kewajiban tersebut harus dilaksanakan dalam keadaan tertulis atau melalui sarana komunikasi lainnya. Pelaku usaha juga diwajibkan untuk memberitahukan hak-hak konsumen dan konsumen wajib mengetahui informasi sebelum transaksi di internet dilaksanakan.

Perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial *online* bukanlah perbuatan yang bertentangan dengan hukum atau perbuatan yang melawan hukum syari'ah, sebab perjanjian yang bertentangan dengan ketentuan hukum syari'ah adalah tidak sah dan perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Dasar hukum tentang keabsahan perjanjian yang melawan hukum ini dapat dirujuk ketentuan hukum yang terdapat dalam Hadist Rasulullah SAW yang artinya: "Segala bentuk persyaratan yang tidak ada dalam Kitab Allah adalah batil, sekalipun seribu syarat".⁵

⁴ Mita Aprilliawati. *Op. Cit.*, halaman 2.

⁵ Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K Lubis. 2014. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Ghalia Indonesia, halaman 3.

Dunia iklan sebetulnya telah ada rambu periklanan berupa tata krama dan tata cara periklanan Indonesia yang disempurnakan, disamping ketentuan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 20 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Larangan atas iklan yang diproduksi tersebut meliputi:

1. Tindakan pelaku usaha periklanan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
2. Tindakan pelaku usaha periklanan yang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
3. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
4. Tidak memuat mengenai resiko pemakaian barang dan/atau jasa;
5. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizing yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
6. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang dapat mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang.

Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang obyektif dalam suatu janji yang terang (bentuk iklan) di media harus diberitahukan secara tegas dan jelas oleh pelaku usaha periklanan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dipilih judul tentang **“Pertanggungjawaban Keperdataan Google Partner Dewarangga.Com Terhadap Perjanjian Pemasangan Iklan Melalui Media Sosial”**.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana keabsahan perjanjian pemasangan iklan online dalam media sosial yang dibuat oleh para pihak?

Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pemasangan iklan online melalui media sosial?

Bagaimana pertanggungjawaban keperdataan google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial online ?

2. Faedah Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

- a. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk penambahan khasanah kepustakaan di bidang hukum terutama tentang pertanggungjawaban google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial secara *online*.

- b. Dari segi praktis, penelitian ini sebagai suatu bentuk sumbangan pemikiran dan masukan bagi para pihak yang berkepentingan khususnya bagi masyarakat untuk mengetahui pertanggungjawaban google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial secara *online*.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keabsahan perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial yang dibuat oleh para pihak.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pemasangan iklan *online* melalui media sosial.
3. Untuk mengetahui pertanggungjawaban keperdataan google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial *online*.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi atau konsep-konsep khusus yang akan diteliti. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Pertanggungjawaban keperdataan adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatu (kalau ada sesuatu hal, boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan dan sebagainya).⁶ Pertanggungjawaban keperdataan yang dimaksudkan dalam

⁶ Ridwan HR. 2016. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, halaman 334.

penelitian ini adalah pertanggungjawaban keperdataan Google Partner Dewarangga.Com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media *online*.

2. Google Partner Dewarangga.Com adalah konsultan Digital Marketing yang merupakan suatu usaha jasa dalam pemasangan iklan melalui media sosial secara *online*
3. Perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.⁷ Perjanjian yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kesepakatan antara konsumen pemasang iklan dengan perusahaan jasa Google Partner Dewarangga.Com yang yang mengiklankan melalui media *online*.
4. Iklan adalah setiap bentuk penyajian apapun untuk sebuah produk, idea atau gagasan-gagasan oleh sponsor dan menggunakan media seperti majalah radio, televise ataupun surat kabar.⁸ Iklan yang dimaksudkan dalam penulisan ini adalah iklan yang dimuat dalam media sosial *online* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dari pemasang iklan.
5. Media sosial adalah sebagai ruang, dimana entitas elektronik (*netters*) berinteraksi. Dengan kata lain pelaku-pelaku di dunia digital yang ada di berbagai sudut belahan dunia membutuhkan apa yang disebut sebagai ruang elektronik untuk melakukan aktivitasnya.⁹ Jadi media sosial dalam penelitian ini adalah *facebook, twitter, blogspot, website* dan *instagram*.

⁷ Munir Fuady. 2014. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, halaman 4.

⁸ Janus Sidabalok. 2015. *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*. Jakarta: Panta Rei, halaman 226.

⁹ Yusran Isnaini. 2014. *Hak Cipta dan Tantangannya Di yber Space*. Jakarta: Ghalia Indonesia, halaman 3.

D. Keaslian Penelitian

Berdasarkan pemeriksaan yang telah dilakukan oleh peneliti di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diketahui bahwa penelitian tentang pertanggungjawaban keperdataan google partner dewarangga.com terhadap perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial belum pernah dilakukan penelitian. Peneliti mencantumkan karya tulis ilmiah yang temanya hampir sama dengan judul penelitian di atas, tetapi memiliki perbedaan dalam perumusan masalah yang dibahas yaitu:

1. Skripsi Mita Aprilliawati, NIM. C.100.100.043, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2014 yang berjudul: *Iklan Online Dalam Media Sosial (Tinjauan Yuridis Terhadap Peraturan Perundang-Undangan)*. Skripsi ini merupakan penelitian yuridis normatif yang lebih menekankan ada analisis hukum terhadap profil iklan online dalam media sosial dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terlibat di dalam pemasangan iklan online melalui media sosial.
2. Skripsi Chandra Yudha Pratama, NIM. 100130013, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2017 yang berjudul: *Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga Di Radio (Studi kasus Di Radio Swasta Di Surakarta)*. Skripsi ini merupakan penelitian yuridis empiris yang membahas tentang pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan niaga di radio swasta di surakarta, hak dan kewajiban dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di radio swasta di Surakarta, permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan niaga di radio swasta di surakarta beserta penyelesaiannya.

Berdasarkan penelitian tersebut di atas, maka pembahasan yang dibahas di dalam skripsi ini berbeda dengan permasalahan di atas. Kajian topik bahasan yang penulis angkat dalam bentuk skripsi ini mengarah kepada aspek terkait pertanggungjawaban keperdataan google partner dewarangga.com terhadap perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial sehingga dikatakan murni hasil pemikiran penulis yang dikaitkan dengan teori-teori hukum yang berlaku maupun doktrin-doktrin yang ada. Dengan demikian penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah atau secara akademik.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan yuridis normatif. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal, dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) dan penelitian terhadap sistematika hukum dapat dilakukan terhadap peraturan perundang-undangan tertentu atau hukum tertulis.¹⁰

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yaitu penelitian yang hanya semata-mata melukiskan keadaan objek atau peristiwanya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yaitu penelitian terhadap asas-asas

¹⁰Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: FH. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, halaman 19.

hukum.¹¹ Penelitian hukum ini juga disebut sebagai penelitian kepustakaan ataupun studi dokumen disebabkan penelitian ini lebih banyak dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder yang ada di perpustakaan.

3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui:

- a. Data yang bersumber dari hukum Islam yaitu Al-Qurán dan Hadist (Sunah Rasul). Data yang bersumber dari Hukum Islam tersebut lazim disebut pula sebagai data kewahyuan.¹²
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui:
 - 1) Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan, dalam penelitian ini dipergunakan yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kode Etika Periklanan, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - 2) Bahan hukum sekunder yaitu berupa buku bacaan yang relevan dengan penelitian ini.
 - 3) Bahan hukum tersier misalnya ensiklopedia, bahan dari internet, bibliografi dan sebagainya

¹¹ Bambang Sunggono. 2014. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, halaman 184.

¹² Ida Hanifah dkk. *Op. Cit.*, halaman 20.

4. Alat pengumpul data

Alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah kepustakaan (*library research*) untuk mendapatkan gambaran atau informasi tentang penelitian yang sejenis dan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Studi kepustakaan (*library research*) dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Offline* yaitu menghimpun data studi kepustakaan (*library research*) secara langsung dengan mengunjungi toko-toko buku, perpustakaan guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian.
- b. *Online* yaitu studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan cara *searching* melalui media internet guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian.

5. Analisis data

Data yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan dianalisis dengan analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah analisa yang didasarkan pada paradigma hubungan dinamis antara teori, konsep-konsep dan data yang merupakan umpan balik atau modifikasi yang tetap dari teori dan konsep yang didasarkan pada data yang dikumpulkan dan berhubungan dengan pertanggungjawaban kepercayaan google partner dewarangga.com terhadap perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pertanggungjawaban Keperdataan

Tanggung jawab menurut kamus umum Bahasa Indonesia adalah, keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Berkewajiban menanggung, memikul tanggung jawab, menanggung segala sesuatunya, atau memberikan jawab dan menanggung akibatnya. Tanggung jawab hukum adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatan yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Pertanggungjawaban menurut undang-undang yaitu kewajiban mengganti kerugian yang timbul karena perbuatan melanggar hukum.¹³

Apabila seseorang dirugikan karena perbuatan seseorang lain, sedang diantara mereka itu tidak terdapat sesuatu perjanjian (hubungan hukum perjanjian), maka berdasarkan undang undang juga timbul atau terjadi hubungan hukum antara orang tersebut yang menimbulkan kerugian itu.¹⁴ Ada 3 (tiga) prinsip pertanggungjawaban perdata yang diatur dalam KUH.Perdata yaitu:

1. Setiap tindakan yang menimbulkan kerugian atas diri orang lain berarti orang yang melakukannya harus membayar kompensasi sebagai pertanggungjawabannya.
2. Seseorang harus bertanggungjawab tidak hanya karena kerugian yang dilakukannya dengan sengaja tetapi juga karena kelalaian atau kurang berhati-hati.
3. Seseorang yang memberikan pertanggungjawaban tidak hanya atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakannya sendiri, tetapi juga atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakan orang lain yang berada dibawah pengawasannya.¹⁵

¹³ Ridwan HR. *Op. Cit.*, halaman 337.

¹⁴ AZ Nasution. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Daya Widya, halaman 80.

¹⁵ Anny Isfandyarie. 2016. *Tanggungjawab Hukum dan Sanksi Bagi Dokter*. Jakarta: Prestasi Pustaka,halaman 7.

Menurut Shidarta, bahwa secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Kesalahan (*liability based on fault*);
2. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*);
3. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of non liability*);
4. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*);
5. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).¹⁶

Konsep tanggung jawab hukum berhubungan dengan pertanggungjawaban secara hukum atas tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang bertentangan dengan undang-undang. Tanggung jawab hukum dalam hukum perdata berupa tanggung jawab seseorang terhadap perbuatan yang melawan hukum. Perbuatan melawan hukum memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan perbuatan pidana. Perbuatan melawan hukum tidak hanya mencakup perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang pidana saja, akan tetapi jika perbuatan tersebut bertentangan dengan undang-undang lainnya dan bahkan dengan ketentuan-ketentuan hukum yang tidak tertulis. Ketentuan perundang-undangan dari perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.

Menurut Pasal 1365 KUHPerdata, maka yang dimaksud dengan perbuatan melanggar hukum adalah perbuatan yang melawan hukum yang dilakukan oleh seseorang yang karena salahnya telah menimbulkan kerugian bagi orang lain. Ilmu hukum mengenal 3 (tiga) katagori dari perbuatan melawan hukum, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggung jawab dengan unsur kesalahan (kesengajaan dan kelalaian) sebagaimana terdapat dalam pasal 1365 KUHPerdata.

¹⁶ Shidarta. *Op. Cit.*, halaman 59.

2. Tanggung jawab dengan unsur kesalahan khususnya kelalaian sebagaimana terdapat dalam pasal 1366 KUHPerdara.
3. Tanggung jawab mutlak (tanpa kesalahan) sebagaimana terdapat dalam pasal 1367 KUHPerdara disebutkan seorang tidak hanya bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan hukum perdata. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.¹⁷

Pasal 1365 KUHPerdara yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya 4 (empat) unsur pokok yaitu:

1. Adanya perbuatan.
2. Adanya unsur kesalahan.
3. Adanya kerugian yang diderita.
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.¹⁸

Setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggung jawab. Dasar

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*, halaman 61.

pertanggungjawaban itu menurut hukum perdata adalah kesalahan dan risiko yang ada dalam setiap peristiwa hukum.

Tanggung jawab mutlak sering dikatakan bahwa pembebanan tanggung jawab tersebut tanpa melihat pada kesalahan, kadang-kadang dapat dikatakan pula bahwa sebenarnya kurang melibatkan pandangan moral terhadap ketentuan bahwa seseorang yang secara *innocent* menimbulkan kerugian harus mengganti kerugian.

Analisis-analisis yang tradisional memandang akibat seperti itu, sebagai suatu pengecualian terhadap peraturan yang sudah berlaku umum dan menyatakan pula pelaku tidak bersalah, karena hanya melakukan sesuatu yang dapat diterima akal dengan cara yang masuk akal pula, sungguhpun harus bertanggung jawab. Dasar dari tanggung jawab adalah penciptaan suatu akibat yang berbahaya terhadap anggota masyarakat yang lain. Terdapat juga kesalahan bersyarat, yang berarti bahwa tergugat tidak dapat dipandang bersalah, kecuali atau sampai dengan timbulnya akibat yang berbahaya dari tindakannya itu. Kalau bahaya terhadap orang lain itu telah timbul, maka dia dikatakan bersalah dan kepadanya dibebankan tanggung jawab.

KUHPerdata selain mengatur tentang tanggung jawab berdasarkan perbuatan melawan hukum juga mengatur tanggung jawab hukum perdata berdasarkan wanprestasi. Diawali dengan adanya perjanjian yang melahirkan hak dan kewajiban, apabila dalam hubungan hukum berdasarkan perjanjian tersebut pihak yang melanggar kewajiban (debitur) tidak melaksanakan atau melanggar kewajiban yang dibebankan kepadanya maka dapat dinyatakan lalai (wanprestasi) dan atas dasar tersebut dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum berdasarkan

wanprestasi. Tanggungjawab hukum perdata berdasarkan perbuatan melawan hukum didasarkan adanya hubungan hukum, hak dan kewajiban yang bersumber pada hukum.

B. Syarat Sahnya Perjanjian

Menurut Munir Fuady, istilah perjanjian merupakan kesepadanan dari istilah *overeenkomst* dalam bahasa Belanda atau *agreement* dalam bahasa Inggris.¹⁹ Menurut J. Satrio bahwa di dalam perjanjian terdapat unsur janji yang diberikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain.²⁰ Salim HS menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum.²¹ Perjanjian merupakan hubungan hukum antara subjek hukum yang satu dengan subjek hukum yang lain dalam bidang harta kekayaan. Subjek hukum yang satu berhak atas prestasi begitu juga subjek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan peristiasinya sesuai dengan yang telah disepakatinya. Unsur-unsur yang tercantum pada definisi ini adalah:

1. Adanya hubungan hukum

Hubungan hukum merupakan hubungan yang menimbulkan akibat hukum.

Akibat hukum adalah timbulnya hak dan kewajiban.²²

2. Adanya subjek hukum.

Subjek hukum adalah sesuatu yang menurut hukum berhak/berwenang untuk melakukan perbuatan hukum atau siapa yang mempunyai hak dan cakap untuk

¹⁹ Munir Fuady. *Op. Cit.*, halaman 2.

²⁰ J. Satrio. 2013. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bhakti, halaman 9.

²¹ Salim HS. 2014. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 15.

²² *Ibid.*, halaman 17

bertindak dalam hukum.²³ Subjek hukum adalah setiap pendukung hak dan kewajiban. Pendukung hak dan kewajiban adalah manusia (*natuurlijk person*) dan badan hukum (*rechtspersoon*).²⁴

3. Adanya prestasi

Prestasi terdiri atas melakukan sesuatu, berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu.

4. Di bidang harta kekayaan.²⁵

Salim HS berpendapat bahwa kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan adalah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian dalam hukum kontrak. Kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya.²⁶

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka pada dasarnya perjanjian adalah proses interaksi atau hubungan hukum dan dua perbuatan hukum yaitu penawaran oleh pihak yang satu dan penerimaan oleh pihak yang lainnya sehingga tercapai kesepakatan untuk menentukan isi perjanjian yang akan mengikat kedua belah pihak.

Pasal 1313 KUHPerdara memberikan definisi tentang perjanjian sebagai berikut: perjanjian adalah suatu perbuatan, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Pengertian perjanjian ini mengandung unsur:

1. Perbuatan.

Peristiwa hukum yang timbul karena perbuatan/tindakan manusia meliputi baik tindakan hukum maupun tindakan manusia yang lain (yang bukan tindakan hukum. Penggunaan kata perbuatan pada perumusan tentang perjanjian ini lebih tepat jika diganti dengan kata perbuatan hukum atau tindakan hukum. Keuntungan digunakannya istilah tindakan hukum tidak hanya menunjukkan bahwa akibat hukumnya dikehendaki atau dianggap

²³ R. Soeroso. 2017. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 228.

²⁴ Ojak Nainggolan. 2015. *Pengantar Ilmu Hukum*. Medan: Indonesia Media & Law Policy Centre, halaman 59.

²⁵ Salim HS. *Op. Cit.*, halaman 17.

²⁶ Suharnoko. 2014. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, halaman 3.

dikehendaki tetapi di dalamnya juga sudah tersimpul adanya sepakat yang merupakan ciri dari perjanjian (Pasal 1320 KUHPerdara).

2. Satu orang atau lebih terhadap satu orang lain atau lebih. Untuk adanya suatu perjanjian, paling sedikit harus ada dua pihak yang saling berhadap-hadapan dan saling memberikan pernyataan yang sesuai satu sama lain. Pihak tersebut adalah orang atau badan hukum.
3. Mengikatkan dirinya

Di dalam perjanjian terdapat unsur janji yang diberikan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain. Dalam perjanjian ini orang terikat kepada akibat hukum yang muncul karena kehendaknya sendiri

Perjanjian merupakan kesepakatan antara dua orang atau dua pihak, mengenai hal-hal pokok yang menjadi objek dari perjanjian. Kesepakatan itu timbul karena adanya kepentingan dari masing-masing pihak yang saling membutuhkan.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terjemahan R. Subekti dan R. Tjitrosudibio tidak dipakai istilah perjanjian melainkan yang dipakai adalah perikatan. Perjanjian dan persetujuan adalah berbeda. Persetujuan adalah suatu kata sepakat antara dua pihak atau lebih mengenai harta benda kekayaan yang bertujuan mengikat kedua belah pihak, sedangkan perjanjian adalah suatu perhubungan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal sedangkan pihak yang lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.

Perikatan adalah hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan, dimana pihak yang satu berhak

atas prestasi dan pihak lainnya wajib dimana pihak yang satu berhak atas suatu prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi itu. Unsur-unsur dari perikatan ada 4 (empat) macam yaitu:

1. Hubungan hukum.
2. Kekayaan.
3. Pihak-pihak.
4. Prestasi.

Perjanjian dapat menerbitkan perikatan diantara kedua orang atau kedua pihak yang membuatnya. Hubungan antara perikatan dengan perjanjian adalah bahwa perjanjian dapat menimbulkan perikatan dikalangan para pihak yang mengadakan perjanjian atau diantara para pihak yang bersepakat di dalam perjanjian. Perjanjian merupakan salah satu sumber perikatan di samping sumber-sumber perikatan lainnya. Perjanjian disebut sebagai persepakatan atau persetujuan, sebab para pihak yang membuatnya tentunya menyetujui atau menyepakati isi dari perjanjian yang dibuat untuk melaksanakan sesuatu prestasi tertentu.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perikatan adalah suatu pengertian yang abstrak sedangkan perjanjian adalah merupakan hal yang nyata atau suatu peristiwa kongkrit. Sebab perikatan tidak dapat terlihat secara nyata melainkan hanya dapat dibayangkan sedangkan perjanjian pada umumnya terlihat jika dalam bentuk tertulis dan jika hanya lisan saja, maka perjanjian dapat isinya atau perkataan-perkataan yang mengandung janji tersebut.

Perikatan yang timbul karena suatu perjanjian adalah memang dikehendaki oleh kedua belah pihak di dalam suatu perjanjian. Karena dengan suatu perjanjian dapat diketahui bahwa para pihak menghendaki timbulnya suatu perikatan di antara mereka dan pada umumnya perikatan ini akan terputus atau akan hapus jika prestasi yang diperjanjikan telah dipenuhi.

KUHPerdata tidak menggunakan kata perjanjian melainkan persetujuan dalam Pasal 1338 KUHPerdata disebutkan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Bertitik tolak dari Pasal 1338 KUHPerdata, maka asas kebebasan yang disebut di atas bukan berarti bahwa tidak ada batasannya sama sekali, melainkan kebebasan seseorang dalam membuat suatu perjanjian tersebut hanya sejauh perjanjian yang dibuatnya itu tidak bertentangan dengan kesusilaan, ketertiban umum dan Undang-Undang sebagaimana disebut dalam Pasal 1337 KUHPerdata.

Perhubungan antara dua pihak atau dua orang sebagaimana tersebut di atas adalah merupakan suatu peristiwa yang melakukan suatu hubungan hukum dalam arti bahwa hak yang dimiliki oleh kreditur tersebut dijamin dan dilindungi oleh hukum atau oleh undang-undang. Apabila tuntutan dari kreditur tidak segera dipenuhi oleh debitur secara sukarela sebagaimana diperjanjikan, maka pihak kreditur dapat menuntut haknya melalui pengadilan.

Berdasarkan Pasal 1233 KUHPerdata dapat diketahui bahwa perikatan dibagi menjadi dua golongan besar yaitu:

1. Perikatan-perikatan yang besumber pada persetujuan (perjanjian).
2. Perikatan-perikatan yang bersumber pada undang-undang.

Pasal 1352 KUHPerdara terhadap perikatan-perikatan yang bersumber pada Undang-Undang dibagi lagi menjadi dua golongan yaitu:

1. Perikatan-perikatan yang bersumber pada undang-undang, timbul dari undang-undang saja atau dari undang-undang sebagai akibat perbuatan orang.
2. Perikatan-perikatan yang bersumber pada undang-undang berdasarkan perbuatan seseorang manusia.

Pasal 1353 KUHPerdara menentukan bahwa perikatan yang timbul karena Undang-undang sebagai akibat perbuatan orang ini diperinci lagi menjadi perikatan yang timbul dari perbuatan menurut hukum (*legal, rechtmatige daad*) dan perikatan yang timbul dari perbuatan melawan hukum (*illegal, onrechtmatige daad*).

Umumnya tidak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkan suatu janji, selain untuk dirinya sendiri. “Perjanjian terdapat subjek hukum yaitu sesuatu yang menurut hukum berhak/berwenang untuk melakukan perbuatan hukum atau siapa yang mempunyai hak dan cakap untuk bertindak dalam hukum”.²⁷

Perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian

²⁷ R. Soeroso. *Op. Cit.*, halaman 227-228.

tersebut, maka suatu perjanjian menjadi dah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.²⁸

Hukum perjanjian dari KUHPerdata menganut asas konsensual, artinya bahwa hukum perjanjian dari KUHPerdata itu menganut suatu asas bahwa untuk melahirkan perjanjian cukup dengan kata sepakat saja dan perjanjian itu sudah dilahirkan pada saat atau detik tercapainya konsensus. Pada detik itu perjanjian sudah jadi atau mengikat. Artinya jika salah satu pihak tidak dapat melakukan kewajibannya sebagaimana disebutkan dalam perjanjian itu, maka pihak lainnya dapat mengadakan penuntutan ke Pengadilan Negeri dengan alasan hak cidera janji (wanprestasi).

Membicarakan tentang saat lahirnya perjanjian, maka tidak terlepas dari asas konsensualisme. Konsensual (konsensualisme) artinya kesepakatan, persesuaian kehendak. Dengan kesepakatan dimaksudkan bahwa diantara pihak-pihak yang bersangkutan tercapai suatu persesuaian kehendak. Artinya apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak lainnya. Kedua kehendak itu bertemu dalam sepakat tersebut.

Tercapainya sepakat ini dinyatakan oleh kedua belah pihak dengan mengucapkan perkataan-perkataan setuju dan lain sebagainya ataupun dengan bersama-sama menaruh tanda tangan di bawah pernyataan-pernyataan tertulis sebagai tanda bukti bahwa mereka kedua belah pihak menyetujui segala apa yang tertera di atas perjanjian.

²⁸ Suharnoko. *Op. Cit.*, halaman 1.

KUHPerdata menentukan empat syarat yang harus ada pada setiap perjanjian, sebab dengan dipenuhinya syarat-syarat inilah suatu perjanjian itu berlaku sah. Adapun keempat syarat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdata tersebut adalah:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak anantara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Kedua subjek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau seia-sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak lain. Mereka menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik.

Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya mengandung makna bahwa para pihak yang membuat perjanjian telah sepakat atau ada persesuaian kemauan atau saling menyetujui kehendak masing-masing yang dilahirkan oleh para pihak dengan tidak ada paksaan, kekeliruan, dan penipuan. Persetujuan mana dapat dinyatakan secara tegas maupun diam-diam. Sehubungan dengan syarat kesepakatan mereka yang mengikatkan diri, terdapat beberapa hal yang merupakan faktor yang dapat menimbulkan cacat pada kesepakatan tersebut yang dicantumkan dalam Pasal 1321 KUHPerdata yang berbunyi: Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan.

Berdasarkan ketentuan tersebut, perjanjian dikatakan tidak memenuhi syarat kesepakatan kehendak apabila terdapat unsur-unsur antara lain:

a. Kekhilafan

Kekhilafan dapat terjadi mengenai orang atau mengenai barang yang menjadi tujuan pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Kekhilafan mengenai orang terjadi misalnya jika seorang direktur opera membuat kontrak dengan orang yang dikiranya sebagai penyanyi tersohor, tetapi kemudian ternyata bukan orang yang dimaksud, hanya namanya saja yang kebetulan sama. Kekhilafan mengenai barang terjadi misalnya jika orang membeli sebuah lukisan yang dikiranya lukisan Basuki Abdullah tetapi kemudian hanya turunan saja.

b. Paksaan

Dimaksud dengan paksaan ialah kekerasan jasmani atau ancaman (akan membuka rahasia) dengan sesuatu yang diperbolehkan hukum yang menimbulkan ketakutan pada seseorang sehingga ia membuat perjanjian. Jadi, bukanlah paksaan dalam arti absolut, misalnya seseorang yang lebih kuat memegang tangan seseorang yang lebih lemah dan membuat ia mencantumkan tanda tangan pada sebuah perjanjian sebab dalam hal yang demikian itu perjanjian sama sekali tidak terjadi.

b. Penipuan

Penipuan dalam suatu kontrak adalah suatu tipu muslihat yang dipakai oleh salah satu pihak sehingga menyebabkan pihak lain dalam kontrak tersebut telah menandatangani kontrak tersebut, tipu muslihat yang dimaksud di sini haruslah bersifat substansial. Pihak yang menipu bertindak aktif untuk menjerumuskan lawan baik dengan keterangan palsu maupun tipu muslihat

lainnya dan pihak yang merasa tertipu harus mampu membuktikannya untuk pembatalan perjanjian.

2 Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian.

Cakap untuk membuat suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1329 KUHPerdata adalah: Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Dimaksud dengan tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1330 KUH Perdata bahwa tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

- a. Orang-orang yang belum dewasa;
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;
- c. Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undangundang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

3 Suatu hal tertentu.

Salah satu syarat sahnya suatu perjanjian adalah adanya unsur suatu hal tertentu. Yang dimaksudkan dengan suatu hal tertentu adalah objek dari suatu perjanjian. Suatu perjanjian haruslah mempunyai objek (*bepaald onderwerp*) tertentu, sekurang-kurangnya dapat ditentukan.

Beberapa persyaratan yang ditentukan oleh undang-undang (KUH Perdata) terhadap objek tertentu dari perjanjian, khususnya jika objek perjanjian tersebut berupa barang adalah:

Barang yang merupakan objek perjanjian tersebut haruslah barang yang dapat diperdagangkan.

Pasal 1332 KUH Perdata ditentukan bahwa: Hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Barang-barang yang dapat dijadikan obyek perjanjian hanyalah barang-barang yang dapat diperdagangkan karena lazimnya barang-barang yang dipergunakan untuk kepentingan umum dianggap sebagai barang-barang di luar perdagangan, sehingga tidak bisa dijadikan obyek perjanjian.

Pada saat perjanjian dibuat, minimal barang tersebut sudah dapat ditentukan jenisnya.

Pasal 1333 ayat (1) KUHPerdata dinyatakan bahwa: “Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya.

Jumlah barang tersebut boleh tidak tertentu, asal saja jumlah tersebut kemudian dapat ditentukan atau dihitung

Menurut Pasal 1333 ayat (2) KUHPerdata bahwa: Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu terkemudian dapat ditentukan atau dihitung.

Barang tersebut dapat juga barang yang baru akan ada di kemudian hari

Pasal 1334 ayat (1) KUHPerdata, ditentukan bahwa: Barang-barang yang baru akan ada dikemudian hari dapat menjadi pokok suatu perjanjian.

4 Suatu sebab yang halal.

Undang-undang tidak memberikan pengertian mengenai sebab (*causa*), tetapi menurut Yurisprudensi yang ditafsirkan dengan *causa* adalah isi atau maksud dari perjanjian. Dalam Pasal 1335 KUHPerdata, dinyatakan bahwa: Suatu

perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan.

Pembentuk undang-undang mempunyai pandangan bahwa perjanjian-perjanjian mungkin juga diadakan tanpa sebab atau dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang. Yang dimaksud dengan sebab yang terlarang dalam Pasal 1337 KUHPerdara adalah: Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum. Perjanjian yang dibuat dengan sebab yang demikian tidak mempunyai kekuatan.

Syarat-syarat sahnya perjanjian tersebut di atas, kedua syarat pertama yaitu sepakat mereka yang mengikatkan diri dan kecakapan untuk membuat perjanjian dinamakan syarat subjektif karena kedua syarat tersebut mengenai subjek perjanjian. Perjanjian yang tidak memenuhi syarat-syarat kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya atau tidak memenuhi kecakapan untuk membuat perikatan, perjanjian tidak sah dan perjanjian tersebut dapat dibatalkan (*vernietigbaar*). Perjanjian yang tidak memenuhi suatu hal tertentu atau tidak memenuhi suatu sebab yang halal, perjanjian adalah batal demi hukum (*van rechtswege nietig*).

Akibat perjanjian yang telah memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian disebutkan dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang menyebutkan:

1. Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

2. Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.
3. Persetujuan-persetujuan hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya.

Perjanjian yang dibuat secara sah yaitu memenuhi syarat-syarat Pasal 1320 KUHPerdata berlaku sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang membuat perjanjian. Artinya pihak-pihak harus mentaati isi perjanjian seperti mereka mentaati Undang-Undang sehingga melanggar perjanjian yang mereka buat dianggap sama dengan melanggar undang-undang. Perjanjian yang dibuat secara sah mengikat pihak-pihak dan perjanjian tersebut tidak boleh ditarik kembali atau membatalkan harus memperoleh persetujuan pihak lainnya.

C. Media Sosial *Online*

Menurut kamus Bahasa Inggris, media sosial merupakan program komputer yang memberikan fungsi untuk berkomunikasi dan berbagi informasi di internet. Media sosial dari sisi bahasa dapat dimaknai sebagai sarana yang menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berbagi. Media sosial merupakan medium atau wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis *web* untuk menyebarkan secara pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna internet di dunia.

Menurut Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), *blog* dan *microblogs* (misalnya, *twitter*), komunitas konten (misalnya, *youtube*), situs jaringan sosial (misalnya *Facebook*, *instagram*), *virtual game* (misalnya *world of warcraft*), dan *virtual social* (misalnya, *second life*).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook*, *myspace*, *plurk*, *twitter*, dan *instagram*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *instagram* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

1. Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audienc (many to many)*.
3. Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Keabsahan Perjanjian Pemasangan Iklan *Online* dalam Media Sosial yang Dibuat Oleh Para Pihak

Perjanjian pada dasarnya adalah terbuka, artinya para pihak yang membuat perjanjian dapat menentukan sebarang apa yang hendak mereka perjanjikan, namun kebebasan tersebut bukanlah kebebasan tanpa batas. Ada batasan kebebasan bagi pembuatan perjanjian, batasan itu adalah tidak bertentangan dengan Undang-undang, kesusilaan dan keteriban umum.

Setiap orang yang telah mufakat akan sesuatu hal, kesepakatan itu mengikat bagi pihak-pihak yang membuatnya dan daya ikat sepakat itu sama kekuatannya dengan undang-undang. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa perjanjian ini adalah suatu undang-undang yang dibuat oleh pihak swasta. Prinsip ini adalah akibat dianut sistem terbuka dalam Buku III KUH Perdata dan ini dibenarkan karena apa yang diperbuat dalam kesepakatan tersebut adalah jelmaan dari hak perorangan atau hak relatif.

Perjanjian adalah hak perorangan dan kepada pihak-pihak yang membuat perjanjian, maka apa yang diperjanjikan itu mengikat para pihak. Ini merupakan hal materil, namun bagaimana cara mereka menegaskan kesepakatan tersebut adalah merupakan hal formil dalam suatu perjanjian. Cara menunjukkan suatu perjanjian telah terjadi dapat dilakukan dengan secara lisan maupun secara tertulis.

Perjanjian dibuat secara tertulis karena para pihak ingin membuktikan adanya hak jika salah satu pihak tidak memenuhi isi yang diperjanjikan. Adanya bukti secara tertulis suatu perjanjian dan telah mempunyai jangka waktu tertentu yang sudah disepakati bersama untuk dipenuhi oleh para pihak. Hak ini bisa tercapai apabila pihak-pihak yang terikat di dalamnya telah memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing pihak.

Perjanjian yang dilakukan secara lisan adalah bentuknya sama dengan perjanjian secara tertulis, hanya saja di dalam perjanjian ini adalah suatu perjanjian lisan yang biasanya dilaksanakan dalam hubungan keluarga. Bentuk perjanjian secara lisan ini telah membudaya dimasyarakat, karena merupakan adat kebiasaan yang dianut oleh setiap suku di seluruh Indonesia.

Surat dalam hukum pembuktian adalah salah satu alat bukti, walaupun surat yang dibuat tersebut harus dipenuhi beberapa syarat lagi sehingga daya pembuktiannya dapat mengandung kekuatan mutlak atau tidak. Artinya tidak semua surat mempunyai daya pembuktian yang serupa, hal ini digantungkan lagi kepada sifat surat tersebut, apakah surat tersebut merupakan akta biasa, akta di bawah tangan atau akta autentik.

Berbeda halnya dengan perjanjian secara lisan, biasanya dalam hal membuktikan suatu peristiwa hukum yang terjadi bagi para pihak, pihak penyelesai sengketa mengalami sedikit kesulitan, sebab masing-masing pihak selalu berbeda dalam mengungkapkan peristiwa hukum yang terjadi di antara mereka, demikian juga dalam hal menentukan hak dan kewajiban bagi para pihak,

selain itu juga sering juga samar menentukan saat dimulainya dilaksanakan prestasi bagi pihak-pihak yang telah mengadakan perjanjian tersebut.

Perjanjian pada dasarnya tidak memerlukan formalitas tertentu, namun untuk perjanjian-perjanjian yang khusus diperlukan suatu formalitas, bila formalitas tersebut tidak dipenuhi, maka perjanjian itu menjadi batal demi hukum, misalnya perjanjian ini harus dibuat suatu akta autentik, bila tidak dilakukan dengan akta autentik, maka perjanjian hibah atas benda-benda tidak bergerak tersebut batal demi hukum, batal demi hukum di sini diartikan bahwa perjanjian tersebut walaupun telah disepakati tidak ada sejak semula.

Praktek dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, hampir dapat dikatakan semua perjanjian yang dilakukan secara tertulis, terkecuali perjanjian yang berkenaan dengan benda-benda bergerak yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, perjanjian cukup dilakukan dengan lisan saja. Namun untuk perjanjian yang berkaitan dengan benda-benda bergerak yang mempunyai nilai tertentu, perjanjian sering dibuat dengan tertulis.

Hukum perdata mengenal berbagai jenis perjanjian, salah satu perjanjian tersebut adalah perjanjian bernama dan perjanjian tidak bernama. Perjanjian bernama adalah perjanjian yang telah ditentukan secara tertentu di dalam Undang-undang, sedangkan perjanjian tidak bernama adalah perjanjian yang tidak ditentukan dalam undang-undang.

Perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial adalah perjanjian bernama, karena perjanjian tersebut terdapat dalam KUHPerdota. Perjanjian

pemasangan iklan *online* dalam media sosial dibuat dalam bentuk tertulis dituangkan dalam bentuk perjanjian standar/baku. Perjanjian standar (perjanjian baku) adalah suatu bentuk perjanjian yang mengatur hubungan para pihak yang telah ditentukan sebelumnya dalam bentuk formulir oleh pihak yang posisinya lebih kuat dan tidak bisa dirubah kecuali ditentukan lain.

Menurut Salim HS bahwa standar kontrak merupakan perjanjian yang telah ditentukan dan telah dituangkan dalam bentuk formulir. Kontrak ini telah ditentukan secara sepihak oleh salah satu pihak, terutama pihak yang kedudukan ekonominya kuat terhadap pihak yang ekonominya lemah.²⁹ Standar kontrak atau perjanjian baku merupakan perjanjian yang memuat di dalamnya klausula-klausula yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu oleh pelaku usaha secara sepihak, dicetak dalam jumlah banyak dan dipergunakan untuk setiap perjanjian yang sama jenisnya.

Latar belakang tumbuhnya perjanjian baku karena keadaan sosial ekonomi. Perusahaan besar dan perusahaan pemerintah mengadakan kerjasama dalam suatu organisasi dan untuk kepentingan mereka, ditentukan syarat-syarat secara sepihak. Pihak lawannya (*wederpartij*) pada umumnya mempunyai kedudukan (ekonomi) lemah baik karena posisinya maupun karena ketidaktahuannya, hanya menerima apa yang disodorkan.

Ada tiga jenis perjanjian baku (*standard contract*) yaitu:

1. Perjanjian baku sepihak adalah perjanjian yang isinya ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya di dalam perjanjian itu. Pihak yang kuat di sini

²⁹ Salim HS. 2016. *Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar KUHPerduta*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, halaman 145.

adalah pihak kreditur yang lazimnya mempunyai posisi (ekonomi) kuat dibandingkan dengan debitur.

2. Perjanjian baku yang ditetapkan pemerintah yaitu perjanjian baku yang isinya ditentukan pemerintah terhadap perbuatan-perbuatan hukum tertentu, misalnya perjanjian-perjanjian yang mempunyai objek hak-hak atas tanah.
3. Perjanjian baku yang ditentukan lingkungan Notaris atau advokad ada perjanjian-perjanjian yang konsepnya sejak semula sudah disediakan untuk memenuhi permintaan dari anggota masyarakat yang minta bantuan Notaris atau advokad yang bersangkutan.

Perjanjian baku (*standard contract*) mengandung ciri-ciri yaitu:

1. Isinya ditentukan secara sepihak oleh kreditur yang posisinya relatif lebih kuat dari debitur.
2. Debitur sama sekali tidak ikut menentukan isi perjanjian itu.
3. Terdorong oleh kebutuhannya debitur terpaksa menerima perjanjian itu.
4. Bentuk tertentu (tertulis).
5. Dipersiapkan secara masal dan kolektif.³⁰

Perkembangan teknologi informasi telah berhasil menciptakan infrastruktur informasi baru, tersedianya layanan akses data internet yang memberikan efesensi, alternatif ruang dan pilihan yang tanpa batas kepada penggunanya untuk melakukan banyak kegiatan diantaranya bisnis. Daya tarik ini yang menjadikan banyak pengguna transaksi bisnis konvensional kemudian beralih menggunakan sistem elektronik.

Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Teknologi sekarang ini dapat dikatakan mengalami perkembangan pesat. Teknologi informasi dan elektronik merupakan salah satunya. Demikian pula di Indonesia, hampir semua hal mengenai informasi dan elektronik tidak lepas dari pengaruh teknologi modern yang semakin hari semakin berkembang. Perkembangan ini telah mengubah pola pikir dan kehidupan masyarakat di Indonesia, hal-hal yang tadinya dilakukan melalui cara yang dapat dikatakan tradisional, saat ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

³⁰ *Ibid.* halaman 146.

Kenyataan sosial menunjukkan teknologi informasi berkembang jauh lebih pesat dan telah mengubah pola dan perilaku masyarakat, misalnya saja dalam transaksi bisnis dari pola konvensional dengan cara tatap muka atau kontrak *offline*, bergeser ke era kontrak elektronik melalui komputer dengan cara kontrak *online*. Era globalisasi telah membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan, termasuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memegang peranan penting dalam pembangunan. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung demikian cepat.

Perjanjian elektronik dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *electronic contract* (*e-contract*) atau *online contract*. Edmon Makarim menggunakan istilah kontrak *online* (*online contract*) bagi kontrak elektronik (*e-contract*) dan mendefinisikan kontrak *online* adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem informasi berbasis komputer (*computer based information system*) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (*telecommunication based*), yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global Internet (*network of network*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kontrak elektronik (*econtract*) adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih yang dilakukan dengan menggunakan media komputer, khususnya jaringan internet.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, memberikan pengakuan kontrak elektronik ini pada Pasal 1 angka 17 dengan perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik, selanjutnya mengenai sistem elektronik disebutkan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik (Pasal 1 angka 5 UUIE).

Hakekatnya kontrak elektronik adalah perjanjian yang disepakati para pihak yang membuatnya hanya sarannya sangat berbeda menggunakan sistem elektronik. Keabsahan suatu kontrak elektronik ini dijelaskan pada Pasal 5 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dengan mensyaratkan keabsahan kontrak (dokumen elektronik) bila menggunakan Sistem Elektronik yang sebagaimana diatur dalam Pasal 13 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik mengenai persyaratan penggunaan sarana sistem elektronik yang sudah disertifikasi.

Pengakuan kontrak elektronik sebagai suatu bentuk perjanjian dalam KUHPerdara Indonesia masih merupakan permasalahan yang pelik. Pasal 1313

KUH Perdata mengenai definisi perjanjian memang tidak menentukan bahwa suatu perjanjian harus dibuat secara tertulis. Pasal 1313 KUHPerdata hanya menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Jika mengacu pada definisi ini maka suatu kontrak elektronik dapat dianggap sebagai suatu bentuk perjanjian yang memenuhi ketentuan Pasal 1313 KUHPerdata tersebut. Prakteknya suatu perjanjian biasanya ditafsirkan sebagai perjanjian yang dituangkan dalam bentuk tertulis (*paper-based*) dan bila perlu dituangkan dalam bentuk akta notaris atau dalam bentuk elektronik.

Kontrak elektronik (*e-contract*) merupakan kontrak yang terjadi akibat suatu transaksi komersial elektronik (*e-commerce*). Proses transaksi komersial elektronik (*ecommerce*) dan transaksi komersial konvensional memiliki kesamaan. Baik dalam transaksi komersial elektronik (*ecommerce*) maupun dalam transaksi komersial konvensional terdapat proses penawaran, penerimaan penawaran (pembelian), pembayaran, dan penyerahan barang. Hal yang membedakan kedua transaksi tersebut hanyalah bahwa transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) dilakukan tanpa tatap muka dan prosesnya terjadi lebih cepat serta lebih mudah.

Konsep antara kedua jenis transaksi tersebut tidak ada perbedaan, maka suatu kontrak yang terjadi dalam transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) pada dasarnya adalah sama dengan kontrak yang terjadi dalam transaksi komersial konvensional (*econtract*) dan dengan demikian hal-hal yang berlaku mengenai kontrak konvensional dapat diberlakukan pula untuk kontrak elektronik (*e-contract*). Praktiknya masih terdapat banyak perbedaan pendapat mengenai keabsahan suatu kontrak elektronik (*e-contract*).

Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, bahwa kontrak elektronik dianggap sah apabila:

1. Syarat subjektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan oleh salah satu pihak (selama belum ada pembatalan maka perjanjian tetap sah), yaitu:
 - a. Adanya kesepakatan para pihak mengenai harga dan produk, tanpa ada paksaan, kekhilafan maupun penipuan;
 - b. Kecakapan para pihak yang membuat perjanjian. Pada dasarnya orang yang sudah dewasa, sehat akal pikiran dan tidak dilarang oleh undang-undang (seperti tidak dinyatakan pailit oleh pengadilan) adalah cakap menurut hukum. Dewasa berdasarkan Pasal 330 KUHPerdara adalah berusia sudah 21 tahun atau sudah/pernah menikah.
2. Syarat objektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum, dianggap tidak pernah ada perjanjian sehingga tidak memiliki kekuatan mengikat secara hukum, yaitu:
 - a. Produk yang merupakan objek perjanjian harus tertentu (*definite*) dan dapat dilaksanakan (*possible*).
 - b. Sebab yang halal (*lawful*), isi dan tujuan dari perjanjian jual beli tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Sebagai contoh: jual beli dilakukan bukan untuk barang yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan (contohnya bukan barang illegal) Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut:

- 1) Data identitas para pihak;
- c. Objek dan spesifikasi;
- d. Persyaratan Transaksi Elektronik;

Menurut Pasal 1320 KUHPerdata bahwa syarat-syarat sahnya untuk perjanjian yaitu:

Adanya kesepakatan

Kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu pihak atau lebih dengan pihak lain. Suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya suatu penawaran oleh satu pihak dan penerimaan oleh pihak lain. Jika penawaran tidak ditanggapi dengan penerimaan maka kesepakatan tidak akan terjadi. Kesepakatan berarti ada persesuaian kehendak yang bebas antara para pihak mengenai hal-hal pokok yang diinginkan dalam perjanjian. Dalam hal ini, antara para pihak harus mempunyai kemauan yang bebas (sukarela) untuk mengikatkan diri, di mana kesepakatan itu dapat dinyatakan secara tegas maupun diam-diam. Bebas di sini artinya adalah bebas dari kekhilafan, paksaan dan penipuan.

Kesepakatan yang telah tercapai dapat mengalami kecacatan atau yang biasa disebut cacat kehendak atau cacat kesepakatan sehingga memungkinkan perjanjian tersebut diminta pembatalan oleh pihak yang merasa dirugikan oleh perjanjian tersebut. Berdasarkan pasal 1321 KUHPer, perjanjian menjadi tidak sah, apabila kesepakatan terjadi karena adanya unsur-unsur kekhilafan, paksaan, atau penipuan.

Asas konsensualisme sering diartikan bahwa dibutuhkan kesepakatan untuk lahirnya kesepakatan. Maksud dalam asas ini ialah perjanjian lahir dan telah

mengikat segera setelah para pihak mencapai kesepakatan atau consensus, meskipun kesepakatan tersebut telah dicapai secara lisan semata-mata. Ini berarti pada prinsipnya perjanjian yang mengikat dan berlaku sebagai perikatan bagi para pihak yang berjanji tidak memerlukan formalitas, walau demikian, untuk menjaga kepentingan pihak debitur (atau yang berkewajiban untuk memenuhi prestasi) diadakanlah bentuk-bentuk formalitas atau dipersyaratkan adanya suatu tindakan tertentu.

Terjadinya kesepakatan pada transaksi komersial elektronik konvensional mudah diketahui karena kesepakatan dapat langsung diberikan secara lisan maupun tertulis. Sebaliknya, dalam transaksi komersial elektronik, kesepakatan tidak diberikan secara langsung melainkan melalui media elektronik (khususnya internet).

Transaksi komersial elektronik perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial, maka pihak yang melakukan penawaran adalah biro jasa Dewarangga.com yang dalam hal ini menawarkan jasa melalui *website*. Penawaran ini dapat diakses oleh siapa saja dan jika calon pemasang iklan tertarik untuk memasang iklan melalui yang ditawarkan jasa Dewarangga.com, maka hanya perlu mengklik aplikasi yang disediakan.

Transaksi komersial elektronik (*e-commerce*), kesepakatan diberikan melalui media elektronik (khususnya *internet*) dan akibatnya menyebabkan keraguan mengenai kapan terjadinya kesepakatan. Menentukan kapan terjadinya kesepakatan dalam suatu transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) negara-

negara yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Eropa telah menerapkan sistem klik dengan mekanisme kerja sebagai berikut:

- a. Klik pertama: melihat penawaran
- b. Klik kedua: memberikan penerimaan terhadap penawaran tersebut.
- c. Klik ketiga: peneguhan dan persetujuan mengenai diterimanya penerimaan.

Ketentuan semacam ini di Indonesia belum ada. Ajaran yang umum diikuti menyatakan bahwa suatu perjanjian dianggap lahir saat *offerte* menerima jawaban. Kontrak pada transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) sudah berlaku secara sah dan mengikat pada saat pembeli meng-klik tombol *send* dan dalam hal ini pembeli dianggap telah sepakat serta menyetujui syarat dan kondisi yang tercantum dalam penawaran.

Adanya kecakapan

Pihak-pihak yang membuat perjanjian haruslah cakap dan berwenang untuk melakukan perbuatan hukum. Cakap di sini berarti telah dewasa (telah mencapai umur 21 tahun atau telah menikah walaupun belum berumur 21 tahun. Menurut Pasal 1330 KUH Perdata, yang termasuk tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah orang-orang yang belum dewasa, mereka yang ditaruh di bawah pengampuan, dan wanita bersuami. Dalam perkembangannya isteri dapat melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 31 Undang-undang Nomor 1 Tahun 1974 jo. SEMA No. 3 Tahun 1963.

Transaksi komersial elektronik sulit menentukan kecakapan seseorang, karena transaksi tidak dilakukan secara fisik, tetapi melalui media elektronik. Bagi

para pelaku transaksi komersial elektronik, masalah kecakapan bukan merupakan masalah yang penting.

Adanya suatu hal tertentu

Hal tertentu menurut undang-undang adalah prestasi yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan. Walaupun undang-undang tidak mengharuskan suatu barang sudah ada atau belum ada pada saat perjanjian, barang yang dimaksudkan dalam perjanjian setidaknya harus ditentukan jenisnya. Lebih lanjut Pasal 1234 KUHPerdara menyebutkan bahwa tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu.

Adanya suatu sebab yang halal

Sebab yang halal di sini berkaitan dengan isi dari perjanjian dan bukan sebab para pihak mengadakan perjanjian. Pasal 1335 KUHPerdara menyatakan bahwa suatu persetujuan yang dibuat karena sebab yang terlarang tidak mempunyai kekuatan. Lebih lanjut dalam Pasal 1337 KUHPerdara disebutkan bahwa yang termasuk dalam sebab yang terlarang adalah yang dilarang oleh undang-undang atau berlawanan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.

Kontrak yang terjadi akibat transaksi komersial elektronik dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial dapat dikatakan sah menurut hukum perdata Indonesia, maka kontrak tersebut juga harus memenuhi persyaratan sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdara yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Secara umum kontrak lahir pada saat adanya penerimaan terhadap penawaran yang dilakukan dalam hal ini timbulnya kesepakatan antara kedua belah pihak. Begitu pula pada kontrak elektronik, kontrak elektronik lahir secara prinsip sama dengan lahirnya kontrak secara konvensional. Namun dalam menganalisis lahirnya kontrak elektronik harus dilihat dari media yang digunakan dalam menghasilkan kontrak tersebut, sehingga dapat diketahui kapan adanya penerimaan terhadap penawaran yang dilakukan.

Berbeda dari perjanjian pada umumnya, perjanjian melalui media *online* ini dibuat tanpa harus mempertemukan para pihak, karena perjanjian melalui media *online* ini dalam pembuatannya hanya menggunakan media elektronik. Perjanjian pada umumnya terjadi ketika terdapat kesepakatan di antara kedua belah pihak. Kesepakatan juga merupakan salah satu syarat subjektif sahny suatu perjanjian menurut KUH Perdata. Dengan kesepakatan dimaksudkan bahwa diantara pihak-pihak yang bersangkutan tercapai suatu kesesuaian kehendak, artinya apa yang dikehendaki oleh yang satu adalah pula yang dikehendaki oleh yang lain sehingga untuk mengikatkan diri dalam suatu perjanjian, para pihak haruslah terlebih dahulu mencapai kesepakatan.

Kontrak elektronik (*e-contract*) termasuk dalam kategori kontrak tidak bernama (*innominaat*) yaitu perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam KUHPerdata tetapi terdapat dalam masyarakat akibat perkembangan zaman dan tuntutan kebutuhan bisnis. Kontrak semacam ini harus mengikuti aturan Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur tentang syarat sahny perjanjian. Kontrak elektronik sebagaimana kontrak konvensional, juga memiliki kekuatan hukum

layaknya undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara.

Suatu perjanjian baik yang dilakukan secara konvensional maupun secara elektronik adalah sah apabila memenuhi unsur-unsur sebagaimana di syatkan dalam Pasal 1320-1337 KUHPerdara, dimana syarat-syarat tersebut adalah merupakan syarat subjektif dan objektif bagi sebuah perjanjian. Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka akan dapat menimbulkan konsekuensi yuridis. Konsekuensi tersebut adalah apabila syarat subyektif tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut dapat dimintakan pembatalan oleh pihak yang merasa dirugikan. Kemudian apabila syarat obyektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Pemasangan Iklan *Online* Melalui Media Sosial

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pemasangan iklan *online* melalui media sosial atau bisa disebut juga dengan iklan *online* yang akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Iklan seperti ini biasanya digunakan sebagai bentuk transaksi *online* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksinya dapat berupa iklan jual beli produk atau jasa melalui sebuah media sosial seperti *Facebook*, *twitter*, *blogspot*, *website* dan lain-lain sehingga meningkatnya jumlah pengguna internet membawa dampak yang besar bagi dunia bisnis dengan berbelanja lewat internet sebagai *lifestyle*.³¹ Iklan *online* pada media massa sosial banyak bermunculan dengan menawarkan berbagai

³¹ Fina Fitriyana, Mustafid, Suparti. *Lo.Cit2*.

macam produknya, diantaranya seperti: produk elektronik, produk mainan anak, produk properti, produk pakaian, produk makanan atau oleh-oleh.

Iklan atau *advertisement* merupakan produk periklanan atau *advertising product*. Atau lebih rincinya, bahwa istilah periklanan berbeda dengan iklan. Iklan adalah beritanya, sedang memperiklanankan merupakan prosesnya, yaitu suatu program kegiatan untuk mempersiapkan program tersebut dan menyebarkan kepada pasar.³²

Seorang pemasang yang ingin memasang iklan di internet harus mengerti dengan jelas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli yaitu pemasang iklan harus memenuhi prosedur dan asas umum kode etik periklanan seperti: memberitahukan identitas kepada konsumen, alamat yang jelas bilamana konsumen bermaksud mengirimkan complain, memberitahukan hak-hak konsumen untuk menarik kembali uang bilamana tidak terjadi transaksi, memberitahukan ciri-ciri barang apabila adanya jaminan (garansi) setelah terjadi transaksi, memberitahukan cara pelaksanaan perjanjian pembayaran dan pengiriman. Semua kewajiban tersebut harus dilaksanakan dalam keadaan tertulis atau melalui sarana komunikasi lainnya. Pelaku usaha juga diwajibkan untuk memberitahukan hak-hak konsumen dan konsumen wajib mengetahui informasi sebelum transaksi di internet dilaksanakan.

Konsumen perlu diberikan perlindungan hukum yaitu dengan hukum perlindungan konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen

³² *Ibid.*

fokusnya bertujuan pada usaha meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan jasa, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Perlindungan konsumen sebenarnya menjadi tanggungjawab semua pihak baik pemerintah, pengusaha, organisasi konsumen dan konsumen itu sendiri. Tanpa adanya andil dari keempat unsur tersebut, sesuai dengan fungsinya masing-masing, maka tidaklah mudah mewujudkan kesejahteraan konsumen.³³

Konsumen dan pelaku usaha adalah ibarat sekeping uang logam dengan dua sisi yang berbeda. Konsumen membutuhkan barang/jasa hasil kegiatan pelaku usaha, tetapi kegiatan pelaku usaha itu mubazir jika tidak ada konsumen yang membeli barang/jasa yang dihasilkannya. Akibat kemudahan di dalam memperoleh barang dan jasa maka mulai timbul sikap yang konsumtif dari sebagian masyarakat. Ditambah lagi masyarakat yang kurang memiliki kesadaran akan hak-haknya sebagai akibat dari rendahnya tingkat pendidikan merupakan sasaran yang empuk bagi para pelaku usaha yang nakal.

Era globalisasi mendatangkan masalah lain yaitu perlunya pengaturan norma-norma perlindungan konsumen. Indonesia dikategorikan terlambat di dalam norma-norma perlindungan konsumen meskipun pengaturan perlindungan konsumen sendiri sudah ada akan tetapi tersebar di berbagai peraturan perundang-undangan. Semua barang dan jasa bebas masuk ke dalam negara dan juga

³³ Zumrotin K. Susilo. 2011. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta: YLKI, halaman 5.

sebaliknya. Jadi tidak ada batas wilayah. Norma-norma hukum perlindungan konsumen Indonesia apakah sudah mengatur mengenai peraturan pengaduan mengenai barang impor. Jadi diperlukan suatu harmonisasi peraturan mengenai perlindungan konsumen apabila timbul kerugian terhadap konsumen.

Mewujudkan sistem hukum perlindungan yang baik, diperlukan beberapa pengaturan perlindungan konsumen yaitu:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.³⁴

Peningkatan terhadap perlindungan konsumen dengan menerapkan dan melaksanakan peraturan yang berhubungan sehingga merupakan suatu kesatuan yang integratif dan komprehensif sehingga dapat diterapkan secara efektif di tengah-tengah masyarakat. Sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia secara menyeluruh.

Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

³⁴ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Madju, halaman 7.

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *konsument/consument* (Belanda). Pengertian dari konsumen atau *consument* itu tergantung dari posisi mana ia berada. Menurut Shidarta, pengertian konsumen adalah sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa.³⁵ Rumusan itu membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria tersebut sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan konsumen adalah “Setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan“ Pengertian konsumen secara harfiah adalah lawan dari produsen yaitu setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut.³⁶

Konsumen adalah 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.³⁷ Berdasarkan Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen di selenggarakan berdasarkan 5 (lima) asas yaitu:

³⁵ Shidarta. *Op. Cit.*, halaman 2.

³⁶ Az. Nasution. *Op. Cit.*, halaman 3.

³⁷ Sudaryatmo. 2009. *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti, halaman 134.

1. Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memperoleh hak dan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen jasa dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan perlindungan konsumen disebutkan di dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen bertujuan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Secara konseptual mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 diatur dalam Pasal 4 dan 5, dan hak-hak konsumen ini adalah hak-hak yang bersifat universal.

Pasal 4 Undang-undang No. 8 tahun 1999, menyatakan hak konsumen:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

2. Hak atas memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian jika barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk.³⁸

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu barang, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan barang dan jasa.

³⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. halaman 41.

Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut di antaranya adalah mengenai manfaat kegunaan barang, efek samping atas penggunaan barang, barang yang rusak, serta identitas barang dari produk tersebut, informasi tersebut dapat disampaikan baik secara lisan, maupun tulisan, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada kemasan barang, melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh pelaku usaha, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Informasi ini dapat memberikan dampak untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih barang serta meningkatkan kesetiannya terhadap barang tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun pelaku usaha.

Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai kualitasnya atau tidak sebagaimana mestinya.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa

kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut. Dalam hal ini pemberdayaan konsumen dilakukan dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai efek negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa kebutuhannya. Disamping itu, juga kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian yang timbul karena kerugian harta bendanya, keselamatan/kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.

Di samping konsumen yang dilindungi, maka perlu juga bagi iklan *online* dalam mengiklankan diberikan peraturan hukum, yang sesuai dengan hukum positif di Indonesia, dengan maksud agar iklan yang disiarkan wajib mencantumkan informasi dan keterangan yang benar pada iklannya.

C. Pertanggungjawaban Google Partner Dewarangga.Com dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Melalui Media Sosial *Online*

Banyak cara yang ditempuh oleh seseorang atau badan hukum untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen, salah satunya adalah iklan, yang merupakan bagian penting dari pemasaran suatu produk. Iklan sebagai sarana pemasaran dapat dilakukan dengan cara yang paling sederhana dan ada juga pemasangan iklan yang memerlukan persiapan panjang dan dana yang tidak sedikit. Iklan sederhana bisa dilakukan misalnya adalah dengan membuat materi iklan seperti brosur, selebaran, iklan radio, atau

poster, sedangkan bentuk pemasangan iklan yang membutuhkan persiapan panjang dan dana yang relatif besar misalnya seperti iklan di baliho, internet, dan radio.

Perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan Dewarangga.com terlebih dahulu diawali langkahnya dengan mendownload aplikasi yang telah disediakan oleh Dewarangga.com. Setelah terpasang aplikasi, maka terjadi negosiasi harga untuk penyiaran iklan tersebut. Harga tersebut tentu saja ditentukan berdasarkan pertimbangan berapa durasi atau panjang iklan, periode atau jangka waktu iklan tersebut disiarkan, frekuensi penyiaran iklan tersebut setiap hari, dan juga masalah materi iklan. Negosiasi antara pemasang iklan dan pihak Dewarangga.com jika sudah tercapai kata sepakat, maka keduanya akan terikat dalam bentuk perjanjian.

Perjanjian itu sendiri adalah perbuatan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu adanya hak dan kewajiban yang mengikat untuk ditaati oleh para pihak. Perjanjian siaran iklan antara pihak pemasang iklan dan pihak Dewarangga.com juga berlaku syarat perjanjian seperti tertuang dalam Pasal 1320 dan 1338 ayat (1) KUH Perdata. Pihak pemasang iklan mengikatkan dirinya dengan pihak Dewarangga.com yang akan menyiarkan iklan, dan pihak pemasang iklan berkewajiban untuk membayar penyiaran iklan oleh Dewarangga.com sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.

Keuntungan memasang iklan *facebook* melalui Dewarangga.com:

1. Diiklankan oleh *advertiser* yang telah tersertifikasi sehingga pemasang iklan dapat fokus melayani pelanggan tanpa memikirkan iklan lagi.
2. Harga jasa semurah 25% dari *budget*. Berapapun *budgetnya*, sampai kapanpun dapat beriklan, harga jasa tetap semurah 25% dari total anggaran iklan.
3. Pembuatan iklan baru dilakukan oleh team *Facebook Ads* dewarangga.com dan dengan saya sendiri. Agar mendapatkan profit yang maksimal dari setiap budget iklan yang dikeluarkan.
4. Tanpa kontrak, tetapi untuk beriklan selama 3 bulan terlebih dahulu untuk melihat performa bisnis di *facebook* dan *instagram*.

5. Dapat laporan per dua minggu, pemasang iklan tidak akan pernah mendapatkan laporan di tempat lain. Laporan diberikan agar dapat melihat performa iklan di *facebook* dan *instagram*
6. Akun *facebook* dioptimasi setiap hari, sehingga performa iklan lebih optimal.

Hubungan hukum antara pengiklan (pelaku usaha) dengan biro iklan berdasarkan atas jasa bantuan membuat iklan dan layanan jasa yang diberikan dalam bentuk iklan melalui media sosial. Mengenai bentuk tanggung jawab pengiklan (pelaku usaha) dapat berbentuk *produk liability* atau *professional liability* atau kedua-duanya.

Setiap pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hak yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya. Google Partner Dewarangga.Com sebagai penyelenggara kegiatan usaha jasa pemasangan iklan melalui media sosial *online*, adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya.

Berbicara tentang tanggung jawab Google Partner Dewarangga.Com sebagai penyelenggara kegiatan usaha jasa pemasangan iklan melalui media sosial *online*, maka terlebih dahulu harus dibicarakan mengenai kewajibannya. Tanggung jawab timbul karena seseorang atau suatu pihak mempunyai suatu kewajiban, termasuk kewajiban karena undang-undang dan hukum.

Tanggung jawab pengiklan (pelaku usaha) dan media sosial dalam perjanjian pemasangan iklan adalah berdasarkan keterlibatan masing-masing pihak mulai dari penciptaan, pembuatan, sampai dengan penerbitan iklan yaitu:

1. Pengiklan (pelaku usaha) bertanggung jawab atas seluruh informasi tentang produk dan jasa yang diiklankan, termasuk dalam memberi arahan dan batasan kepada biro iklan agar tidak terjadi janji yang berlebihan pada pesan-pesan iklan. Namun, lepasnya tanggung jawab pengiklan apabila biro iklan mendesain bentuk dan isi iklan tanpa persetujuannya dan menerbitkan iklan yang berbeda dengan yang sebenarnya.
2. Biro iklan, bertanggung jawab apabila mendesain bentuk dan isinya iklan tanpa pengetahuan dan persetujuan pengiklan dan ikut bertanggung jawab dengan pengiklan apabila tidak mempertimbangkan dampak kreativitas iklan termasuk ketepatan penggunaan unsur persuasif dalam menerjemahkan bahasa dan gambar iklan.
1. Biro iklan bertanggung jawab apabila terjadi perbedaan dengan dan isi iklan yang telah ditetapkan pengiklan dan apabila tidak meneliti kebenaran iklan atau mampu memilah dan memilih bentuk dan pesan-pesan periklanan yang sesuai dengan Etika Periklanan Indonesia dan profil khalayak sarannya berdasarkan kewajiban hukumnya.

Pengiklan (pelaku usaha/produsen) bertanggung jawab berdasarkan ketentuan dalam Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu pelaku usaha bertanggung jawab memberi ganti

rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Perusahaan periklanan (biro iklan) atau media iklan, keharusan untuk bertanggung jawab dimuat dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Tanggung jawab timbul karena seseorang mempunyai suatu kewajiban, termasuk kewajiban karena undang-undang dan hukum. perjanjian terdapat suatu unsur kewajiban yang harus dipenuhi untuk melaksanakan suatu prestasi. Pasal 1234 KUHPerdara menentukan, tiap-tiap perikatan bertujuan:

1. Memberikan sesuatu;
2. Berbuat sesuatu;
3. Tidak berbuat sesuatu.

Prestasi dalam tiga bentuk di atas, merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan penyandang perjanjian. Kewajiban melaksanakan macam-macam prestasi di atas, tidak hanya karena adanya perikatan bagi pihak-pihak yang melakukan. Lebih dari hak itu, perikatan juga lahir dari undang-undang atau hukum (Pasal 1233 KUHPerdara).

Hal ini sesuai dengan perbuatan yang tidak halal diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara tentang perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatigedaad*). Pasal 1365 KUHPerdara mewajibkan orang yang melakukan perbuatan melanggar hukum dan karena kesalahannya merugikan orang lain, untuk memberi ganti rugi.

Mengajukan gugatan perbuatan melanggar hukum, tidak perlu adanya hubungan kontraktual antara para pihak yang dirugikan dan pihak yang menimbulkan kerugian.

Pasal 1365 KUHPerdara, harus memenuhi empat unsur, yaitu:

1. Adanya suatu pelanggaran hukum;
2. Adanya kesalahan;
3. Adanya kerugian;
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Pembebanan tanggung jawab ini didasarkan hubungan atas perbuatan melanggar hukum yang tidak perlu ada hubungan kontrak, sehingga tuntutan kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dengan demikian, pihak ketiga pun dapat menuntut kerugian. *Hoge Raad*, memperluas pengertian perbuatan melanggar hukum bukan hanya sebagai perbuatan yang melanggar undang-undang, tetapi juga setiap perbuatan yang melanggar kepatutan, kehati-hatian, dan kesusilaan dalam hubungan antara sesama warga masyarakat dan terhadap benda orang lain.

Perbuatan melanggar hukum yang dimaksud tidak lagi hanya sekedar melanggar undang-undang, melainkan perbuatan melanggar hukum dapat berupa:

- a. Melanggar hak orang lain;
- b. Bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat;

Berlawanan dengan kesusilaan;

Berlawanan dengan sikap hati-hati yang diindahkan dalam pergaulan masyarakat terhadap diri atau benda orang lain.

Tanggung jawab karena kesalahan merupakan bentuk klasik pertanggungjawaban perdata. Berdasar tiga prinsip yang diatur dalam Pasal 1365, 1366, 1367 KUHPerdata. yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Pemasang iklan dapat menggugat Dewarangga.com disebabkan telah melakukan perbuatan yang melanggar hukum, seperti yang diatur di dalam Pasal 1365 KUHPerdata yang dinyatakan bahwa “Setiap perbuatan yang melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian.

Unsur-unsur yang tersimpul dari perumusan Pasal 1365 KUHPerdata adalah:

- a. Adanya tindakan atau perbuatan
- b. Perbuatan itu harus melawan hukum (*onrecht matigedaad*)
- c. Pelakunya mempunyai unsur salah
- d. Tindakan atau perbuatan itu menimbulkan kerugian

2. Berdasarkan Pasal 1366 KUHPerdata

Dewarangga.com selain dapat dituntut atas dasar wanprestasi dan melanggar hukum seperti tersebut di atas, dapat pula dituntut atas dasar lalai, sehingga menimbulkan kerugian. Gugatan atas dasar kelalaian ini diatur dalam Pasal 1366 KUHPerdata, yang bunyinya sebagai berikut: “Setiap orang bertanggung jawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan karena

perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena kelalaian atau kurang hati-hatinya.

3. Berdasarkan Pasal 1367 KUHPerduta

Seseorang harus memberikan pertanggungjawaban tidak hanya atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakannya sendiri, tetapi juga atas kerugian yang ditimbulkan dari tindakan orang lain yang berada di bawah pengawasannya. (Pasal 1367 KUHPerduta). Dengan demikian maka pada pokoknya ketentuan Pasal 1367 KUHPerduta mengatur mengenai pembayaran ganti rugi oleh pihak yang menyuruh atau yang memerintahkan sesuatu pekerjaan yang mengakibatkan kerugian pada pihak lain tersebut.

Ditinjau dari segi hukum perdata, tanggung jawab tersebut dapat mengandung beberapa aspek yaitu dapat ditimbulkan karena wanprestasi (tidak memenuhi prestasi), karena perbuatan melanggar hukum (*onrecht matigedaad*), dapat juga karena kurang hati-hatinya mengakibatkan matinya orang (*moedwillige/onrecht matigedoodslag*) dan juga karena kurang hati-hatinya mengakibatkan cacat badan (*het veroorzichtige van lichame lijke letsel*). Apabila wanprestasi maka ketentuan peraturannya terdapat dalam Pasal 1243-1289 KUHPerduta, sedangkan kalau *Onrecht Matigedaad* dalam Pasal 1365-1366 KUHPerduta, karena kurang hati hati menyebabkan mati terdapat dalam Pasal 1370 KUHPerduta, dan apabila mengakibatkan cacat badan Pasal 1371 KUHPerduta.

Perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan Dewarangga.com ditentukan bahwa dalam hal terlambatnya salah satu pihak untuk melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan dan dalam jadwal waktu yang telah ditentukan adalah merupakan salah satu bentuk dari wanprestasi. Pengertian wanprestasi ialah pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakukannya tidak menurut selayaknya.

Ada 4 macam bentuk wanprestasi yaitu:

1. Tidak melakukan apa yang disepakati untuk dilakukan.
2. Melakukan apa yang dijanjikan, tetapi terlambat.
3. Melakukan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan.
4. Melakukan sesuatu yang menurut hakikat perjanjian tidak boleh dilakukan.³⁹

Akibat timbulnya kerugian salah satu pihak dalam perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan Dewarangga.com tersebut, maka undang-undang memberikan sesuatu hak baginya untuk menuntut diantara beberapa hal yaitu:

1. Membayar ganti rugi.

Perjanjian pemasangan iklan antara pemasang iklan dan Dewarangga.com apabila salah satu pihak menderita kerugian akibat kesalahan pihak lain dalam menjalankan profesinya, maka pihak yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi baik karena wanprestasi atau karena perbuatan melawan hukum. Berdasarkan pada perbuatan melawan hukum, maka pihak yang dirugikan harus membuktikan kesalahan tindakan yang bertentangan dengan kewajibannya. Tuntutan ganti

³⁹ Bahder Johan Nasution. 2015. *Hukum Kesehatan Pertanggungjawaban Dokter*, Jakarta: Rineka Cipta, halaman 15

ruginya didasarkan pada wanprestasi, maka harus dibuktikan kerugian akibat dari tidak dipenuhinya kewajiban sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Ganti rugi terdiri dari tiga unsur yaitu biaya, rugi dan bunga. Dimaksud dengan biaya adalah segala pengeluaran atau ongkos yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh salah satu pihak. Sedangkan rugi adalah kerugian yang diakibatkan oleh kelalaian pelanggan. Bunga adalah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah dibayangkan atau dihitung.

Pertanggungjawaban perdata itu pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh oleh pemasang iklan akibat adanya wanprestasi atau perbuatan melawan hukum dari tindakan perusahaan jasa pemasangan iklan Dewarangga.com.

Menurut Agus Yudha Hernoko disebutkan bahwa ganti rugi terdiri dari dua faktor yaitu:

- a. Kerugian yang nyata diderita (*damnum emergens*) meliputi biaya dan rugi.
- b. Keuntungan yang tidak diperoleh (*lucrum cessan*) berupa bunga.⁴⁰

Perjanjian menentukan bahwa dalam hal terlambatnya salah satu pihak untuk melaksanakan kewajibannya sesuai dengan ketentuan dan dalam jadwal waktu yang telah ditentukan adalah merupakan salah satu bentuk dari wanprestasi. Pelanggaran hak-hak kontraktual tersebut menimbulkan kewajiban ganti rugi berdasarkan wanprestasi.⁴¹

Bentuk ganti rugi tersebut di atas pada pelaksanaannya dapat diperinci dalam tiga bentuk yaitu biaya, rugi dan bunga. Menurut Djanius Djamin dan

⁴⁰ Agus Yudha Hernoko. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, halaman 264.

⁴¹ *Ibid.*, halaman 261.

Syamsul Arifin disebutkan bahwa kerugian yang dapat dimintakan penggantian itu, tidak hanya yang berupa biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah dikeluarkan (*konsten*) atau kerugian yang sungguh-sungguh menimpa harta benda si berpiutang (*schaden*) tetapi juga yang berupa kehilangan keuntungan (*interessen*) yaitu keuntungan yang akan didapat seandainya si berpiutang tidak lalai (*winstderving*).⁴²

Bentuk dari ganti rugi yang lazim dipergunakan ialah uang, oleh karena menurut ahli-ahli hukum perdata maupun yurisprudensi, uang merupakan alat yang paling praktis, yang paling sedikit menimbulkan selisih dalam menyelesaikan suatu sengketa. Selain uang masih ada bentuk-bentuk lain yang diperlukan sebagai bentuk ganti rugi yaitu pemulihan keadaan semula (*innatura*) dan larangan untuk mengulangi. Keduanya ini kalau tidak ditepati dapat diperkuat dengan uang paksa. Harus diingat bahwa uang paksa bukan merupakan bentuk atau wujud ganti rugi.

Gugatan untuk membayar ganti rugi atas dasar persetujuan atau perjanjian yang terjadi hanya dapat dilakukan apabila memang ada perjanjian pemasangan iklan dengan Dewarangga.com. Perjanjian tersebut dapat digolongkan sebagai persetujuan untuk melakukan atau berbuat sesuatu. Perjanjian itu terjadi apabila seseorang memasang iklan *online* melalui jasa Dewarangga.com yang sanggup memenuhi permintaan pemasangan iklan untuk mengiklankan produknya. Dalam hal ini pemasang iklan akan membayar sejumlah uang pada perusahaan jasa aplikasi Dewarangga.com. Dewarangga.com sebenarnya harus melakukan prestasi menyiarkan iklan yang dipesan oleh seseorang yang menggunakan jasa Dewarangga.com.

⁴² Djanius Djamin dan Syamsul Arifin. 2003. *Bahan Dasar Hukum Perdata*, Medan: Akademi Keuangan Dan Perbankan, halaman 191.

Gugatan atas dasar wanprestasi ini, harus dibuktikan bahwa Dewarangga.com itu benar-benar telah mengadakan perjanjian, kemudian telah melakukan wanprestasi terhadap perjanjian tersebut. pemasang iklan harus mempunyai bukti-bukti kerugian akibat tidak dipenuhinya kewajiban Dewarangga.com sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

Penentuan wanprestasi ini sendiri erat kaitannya dengan suatu pernyataan lalai yaitu suatu pesan dari salah satu pihak untuk memberitahukan pada saat kapan selambatnya ia mengharapkan pemenuhan prestasi. Dengan demikian sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penentuan pernyataan wanprestasinya pihak adalah ketentuan batas pelaksanaan perjanjian itu sendiri.

Keterlambatan melakukan kewajiban ini dapat juga terjadi dari bentuk wanprestasi lainnya, seperti halnya melaksanakan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Sementara bentuk wanprestasi ini juga harus dapat dibedakan terhadap lalainya pihak kedua untuk tidak melakukan kewajibannya sama sekali, karena dalam hal demikian pihak kedua tidak dapat dianggap terlambat memenuhi pelaksanaan prestasi.

Prakteknya dalam perjanjian jika timbul kerugian di salah satu pihak, maka pihak yang menimbulkan kerugian harus bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Adapun dasar hukum yang dipakai dalam tanggung jawab adalah Pasal 1367 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa seseorang bertanggung jawab juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Pekerjaan pasti mempunyai risiko yaitu kewajiban untuk memikul kerugian jika ada suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang dimaksudkan dalam perjanjian. Dengan demikian risiko adalah untuk menentukan siapa yang harus menanggung kerugian apabila pembeli tidak memenuhi prestasi di luar kesalahan.

Wanprestasi karena kesalahan salah satu pihak, maka ganti rugi sudah pasti akan ditanggung oleh pihak yang menimbulkan kerugian. Tetapi akan lain halnya jika tidak dipenuhinya sesuatu prestasi karena di luar kesalahan para pihak yang dalam hal ini berarti terjadi sesuatu peristiwa secara mendadak yang tidak dapat diduga-duga terlebih dahulu dan karena itu tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak yang menderita kerugian.

Kerugian yang dapat dimintakan penggantian itu tidak hanya yang berupa biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah dikeluarkan atau kerugian yang sungguh-sungguh menimpa harta benda yang berpiutang tetapi juga yang berupa kehilangan keuntungan yaitu keuntungan yang akan didapat jika debitur tidak lalai.

Tidak semua kerugian penentuan wanprestasi ini sendiri erat kaitannya dengan suatu pernyataan lalai yaitu suatu pesan dari salah satu pihak untuk memberitahukan pada saat kapan selambatnya ia mengharapkan pemenuhan prestasi. Dengan demikian sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penentuan pernyataan wanprestasinya pihak adalah ketentuan batas pelaksanaan perjanjian itu sendiri.

Keterlambatan melakukan kewajiban ini dapat juga terjadi dari bentuk wanprestasi lainnya, seperti halnya melaksanakan sesuatu yang tidak sesuai

dengan apa yang telah diperjanjikan. Sementara bentuk wanprestasi ini juga harus dapat dibedakan terhadap lainnya pihak kedua untuk tidak melakukan kewajibannya sama sekali, karena dalam hal demikian pihak kedua tidak dapat dianggap terlambat memenuhi pelaksanaan prestasi.

Prakteknya dalam perjanjian jika timbul kerugian di salah satu pihak, maka pihak yang menimbulkan kerugian harus bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Adapun dasar hukum yang dipakai dalam tanggung jawab adalah Pasal 1367 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa seseorang bertanggung jawab juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.

Pekerjaan pasti mempunyai risiko yaitu kewajiban untuk memikul kerugian jika ada suatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang dimaksudkan dalam perjanjian. Dengan demikian risiko adalah untuk menentukan siapa yang harus menanggung kerugian apabila pembeli tidak memenuhi prestasi di luar kesalahan.

Wanprestasi karena kesalahan salah satu pihak, maka ganti rugi sudah pasti akan ditanggung oleh pihak yang menimbulkan kerugian. Tetapi akan lain halnya jika tidak dipenuhinya sesuatu prestasi karena di luar kesalahan para pihak yang dalam hal ini berarti terjadi sesuatu peristiwa secara mendadak yang tidak dapat diduga-duga terlebih dahulu dan karena itu tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak yang menderita kerugian.

Kerugian yang dapat dimintakan penggantian itu tidak hanya yang berupa biaya-biaya yang sungguh-sungguh telah dikeluarkan atau kerugian yang

sungguh-sungguh menimpa harta benda yang berpiutang tetapi juga yang berupa kehilangan keuntungan yaitu keuntungan yang akan didapat jika debitur tidak lalai.

Undang-undang mengadakan pembatasan mengenai apa yang boleh dituntut sebagai ganti rugi yaitu dengan menetapkan hanya kerugian yang dapat dikira-kira atau diduga pada waktu perjanjian dibuat dan yang sungguh-sungguh dapat dianggap sebagai suatu akibat langsung dari kelalaian si berhutang saja dapat dimintakan penggantian.

Terjadinya keadaan atau kejadian *overmacht* atau keadaan memaksa di luar kemampuan manusia dan hal-hal lain yang berada diluar kekuasaan yang wajar pihak bersangkutan dan terjadi secara mendadak, tidak disengaja dan tidak terduga, seperti gempa bencana alam, kebakaran, huru hara, epidemi (wabah penyakit), perang, perang saudara dan peraturan pemerintah yang kesemuanya langsung berhubungan dengan perjanjian ini, maka sesuai dengan perjanjian, maka masing-masing pihak dibebaskan dari kewajiban atau pelaksanaan kewajibannya.

Salah satu pengecualian hukuman terhadap tindakan yang dilakukan untuk memberikan ganti rugi adalah apabila terjadi suatu keadaan memaksa (*force majeure*). Keadaan memaksa (*force majeure*) adalah suatu keadaan yang dapat menyebabkan bahwa suatu hak atau suatu kewajiban dalam suatu perjanjian tidak dapat dilaksanakan.

Keadaan memaksa ini dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang terjadi di luar kesalahan salah satu pihak hingga menghalangi pembeli untuk memenuhi prestasinya. Meskipun demikian keadaan memaksa ini harus dapat dinilai hingga benar-benar dapat dipastikan bahwa secara logika atau akal sehat prestasi tersebut tidak akan mungkin terlaksana. Atau dalam hal lain bahwa prestasi masih mungkin terlaksana, namun harus diimbangi dengan suatu pengorbanan yang besar dibandingkan manfaat yang hendak dicapai.

2. Pembatalan perjanjian.

Pembatalan perjanjian dalam khasanah hukum perikatan adalah suatu keadaan yang membawa akibat suatu hubungan perikatan itu dianggap tidak pernah ada. Dengan pembatalan perjanjian maka eksistensi perikatan dengan sendiri hapus. Akibat hukum kebatalan yang menghapus eksistensi perikatan selalu dianggap berlaku surut sejak dibuatnya perjanjian.⁴³

Pembatalan perjanjian disini bukanlah pembatalan karena tidak memenuhi syarat subjektif dalam perjanjian, akan tetapi karena salah satu pihak telah melakukan wanprestasi. Pembatalan sebagai salah satu kemungkinan yang dapat dituntut para pihak apabila salah satu pihak telah melakukan wanprestasi. Pembatalan perjanjian dengan alasan wanprestasi sudah sering terjadi, dan dianggap wajar.

Pembatalan perjanjian karena kelalaian atau wanprestasi salah satu pihak terdapat pengaturannya pada Pasal 1266 KUHPerdara yang mengatur tentang perikatan bersyarat. Pasal 1266 KUHPerdara, menjadi dasar bahwa hakimlah

⁴³ Agus Yudha Hernoko, *Op.Cit.*, halaman 293.

yang menentukan apakah telah terjadi wanprestasi atau tidak dalam suatu kontrak. Pengakhiran kontrak sepihak karena wanprestasi tanpa putusan dari hakim tidak menjadi masalah kalau pihak lain juga menerima keputusan itu. Salah satu pihak menolak dituduh wanprestasi, maka para pihak sebaiknya menyerahkan keputusan kepada hakim untuk menilai ada tidaknya wanprestasi. Hakim menyatakan perbuatan wanprestasi terbukti dan sah, maka ingkar janji itu dihitung sejak salah satu pihak mengakhiri perjanjian. Pembatalan perjanjian bertujuan membawa kedua belah pihak kembali pada keadaan sebelum perjanjian diadakan. Jika suatu pihak telah menerima sesuatu dari pihak lainnya, baik uang ataupun barang, maka uang atau barang tersebut harus dikembalikan.

Perjanjian yang sah, dalam arti memenuhi syarat sah menurut Undang-undang, maka berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1338 (1) KUHPerduta. Ayat (2) menyebutkan bahwa: persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.

Berdasarkan Pasal 1338 ayat (2) KUHPerduta tersebut, jelas bahwa perjanjian itu tidak dapat dibatalkan sepihak, karena jika perjanjian tersebut dibatalkan secara sepihak, berarti perjanjian tersebut tak mengikat diantara orang-orang yang membuatnya. Dilihat dari Pasal 1266 dan 1267 KUHPerduta, maka jelas diatur mengenai syarat batal jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya.

Pembatalan tersebut harus dimintakan ke pengadilan, hal ini dimaksudkan agar nantinya tidak ada para pihak yang dapat membatalkan perjanjian sepihak dengan alasan salah satu pihak lainnya tersebut tidak melaksanakan kewajibannya (wanprestasi). Menurut Pasal 1266 KUHPerdara, ada tiga hal yang harus diperhatikan sebagai syarat supaya pembatalan itu dapat dilakukan. Tiga syarat itu adalah:

1. Perjanjian bersifat timbal balik;
2. Harus ada wanprestasi;
3. Harus dengan putusan hakim.

Perjanjian timbal balik, seperti yang telah dijelaskan di atas dimana kedua pihak memenuhi kewajibannya masing-masing, yakni prestasi. Jika salah satu pihak ingkar janji atau wanprestasi mengenai syarat pokoknya dari perjanjian, maka dapat diajukan gugatan permintaan pembatalan perjanjian kepada hakim.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Keabsahan perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial yang dibuat oleh para pihak di Indonesia tidak secara khusus diatur di dalam KUHPerdara, namun dalam Pasal 47 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik kesepakatan merupakan salah satu syarat sahnyanya sebuah perjanjian. Kesepakatan para pihak dalam perjanjian pemasangan iklan *online* dalam media sosial sebagai medianya dapat dikatakan sah dilihat dari cara terjadinya dilakukan secara tertulis, meskipun tidak lagi secara konvensional (tinta di atas kertas).
2. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pemasangan iklan *online* melalui media sosial pada dasarnya belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media *online* (melalui *facebook* maupun *instagram*). Selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam pemasangan iklan melalui media *online*. Sedangkan peraturan yang digunakan untuk mengatur mengenai transaksi e-commerce adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun dalam undang-undang ini, tidak ada ketentuan yang aecara

khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan perusahaan jasa pemasangan iklan melalui media *online*.

3. Pertanggungjawaban keperdataan google partner Dewarangga.com dalam perjanjian pemasangan iklan melalui media sosial *online* apabila pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum dan wanprestasi, maka dapat dimintakan pertanggungjawaban berupa ganti rugi. Perihal ganti rugi dalam perbuatan melanggar hukum dan wanprestasi adalah kerugian yang timbul akibat perbuatan tersebut yang bentuknya berupa biaya, rugi dan bunga.

B. Saran

1. Sebaiknya konsumen lebih berhati-hati dalam melakukan pemasangan iklan melalui media sosial *online*, mengingat antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka tindak kecurangan dari pelaku usaha yang tidak bertikad baik akan lebih mudah muncul. Oleh karena itu, perlu sikap teliti serta waspada dari konsumen dalam melakukan kesepakatan dalam pemasangan iklan melalui media sosial *online*.
2. Sebaiknya pelaku usaha tidak melakukan tindakan wanprestasi guna memperoleh keuntungan yang berlebih. Dasar dalam membuka usaha pemasangan iklan melalui media sosial *online* adalah kepercayaan (*trust*) dari konsumen, oleh karena itu, pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta itikad baik dalam melakukan usaha sangat dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan usaha dari pelaku usaha.
3. Seharusnya Pemerintah dapat membuat suatu ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam pemasangan iklan melalui media sosial *online*.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agus Yudha Hernoko. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Anny Isfandyarie. 2016. *Tanggungjawab Hukum dan Sanksi Bagi Dokter*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- AZ Nasution. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Daya Widya.
- Bahder Johan Nasution. 2005. *Hukum Kesehatan Pertanggungjawaban Dokter*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang Sunggono. 2014. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K Lubis. 2014. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Djanius Djamin dan Syamsul Arifin. 2003. *Bahan Dasar Hukum Perdata*, Medan: Akademi Keuangan Dan Perbankan.
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Madju.
- Ida Hanifah, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Medan: FH. Universitas Muhammadiyah.
- Janus Sidabalok. 2015. *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*. Jakarta: Panta Rei.
- J. Satrio. 2013. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Munir Fuady. 2014. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Ojak Nainggolan. 2015. *Pengantar Ilmu Hukum*. Medan: Indonesia Media & Law Policy Centre.
- Ridwan HR. 2016, *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- R. Soeroso. 2017. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Salim HS. 2014. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- 2016. *Perkembangan Hukum Kontrak Di Luar KUHPerdara*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Shidarta. 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Sudaryatmo. 1999. *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Suharnoko. 2014. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yusran Isnaini. 2014 *Hak Cipta dan Tantangannya Di Cyber Space*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Zumrotin K. Susilo. 2011. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta: YLKI.

B. Jurnal

- Fina Fitriyana dan Mustafid, Suparti. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Menggunakan Structural Equation Modeling*. Semarang: Jurnal Gaussian Universitas Diponegoro.
- Fitriana Rahayu, “Penggunaan Media Online Untuk Bisnis Oleh Perempuan”. Surabaya: Jurnal Universitas Airlangga.
- Mita Aprilliawati. 2014. “Iklan Online Dalam Media Sosial (Tinjauan Yuridis Terhadap Peraturan Perundang-Undangan)”. Surakarta:

C. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kode Etika Periklanan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang
Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA

NAMA : FATIMA CHAIRINA NST
NPM : 1506200165
PRODI/BAGIAN : Ilmu Hukum/Hukum Perdata
JUDUL SKRIPSI : PERTANGGUNGJAWABAN GOOGLE PARTNER DEWARANGGA.COM TERHADAP PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL
Pembimbing : Fajaruddin, S.H., M.H

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
13-2-2019	Abstrak, definisi parafidom Letor - Belakangan Ramo sabalah	[Signature]
21-2-2019	Metode penelitian, dan subman penulisan dan	[Signature]
21-2-2019	Tinjauan protokol. Definisi operasional	[Signature]
5-3-2019	Pembahasan dan fakta lain penyaji	[Signature]
6-3-2019	1 kali saran sebelumnya	[Signature]
12-3-2019	pembahasan, kesimpulan dan saran	[Signature]
15-3-2019	Berdas bentuk O ke d' B dangkun	[Signature]

Diketahui,
DEKAN FAKULTAS HUKUM

(Dr.  Hanifah, S.H., M.H)

DOSEN PEMBIMBING

( Fajaruddin, S.H., M.H)