

# BAB I

## PENDAHULUAN

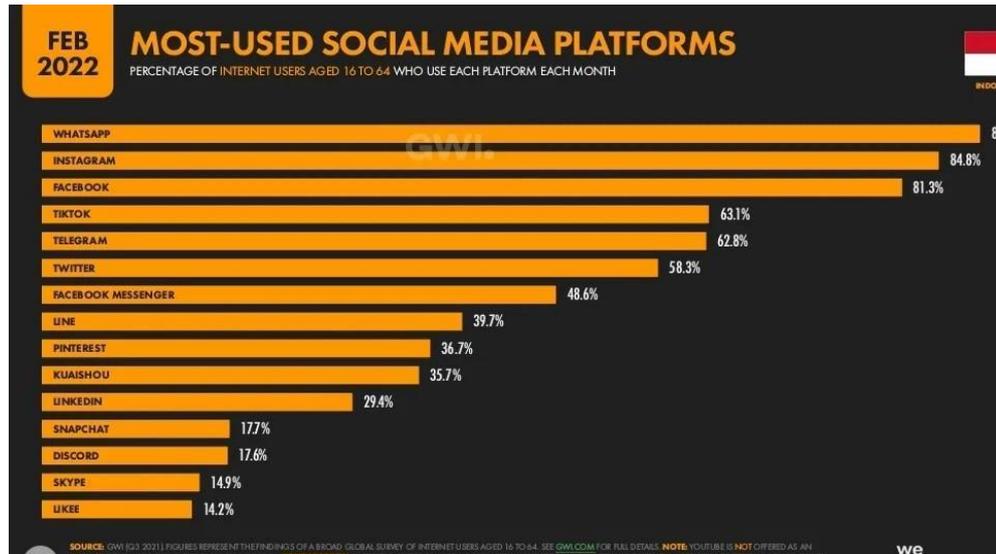
### A. Latar Belakang Permasalahan

Teknologi adalah bukan hal yang asing lagi bagi kita saat ini, teknologi menjadi sangatlah pesat perkembangannya dan menjadi kebutuhan primer bagi kita. Kita juga tahu salah satu bentuk dari perkembangan teknologi adalah penggunaan media sosial. Dengan adanya Media sosial mempermudah manusia untuk berkomunikasi dengan satu sama lain walau terhambat jarak yang sangat jauh.

Media sosial merupakan salah satu media instan dengan berbagai fungsi saat ini. Media massa tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sarana bagi penggunaannya untuk mencari berbagai informasi. Media sosial harus tetap menjadi fungsi dan tujuan dari media sosial itu sendiri, yang dirancang untuk melayani kehidupan setiap orang.

Teknologi web seperti Media sosial memudahkan siapa saja untuk berkreasi dan mendistribusikan konten sendiri. seperti posting blog, Twitter, Instagram, Facebook yang dapat ditonton oleh jutaan orang secara gratis. Salah satu Media Sosial yang sangat populer di kalangan milenial adalah Instagram. Ada berbagai media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube dan lainnya.

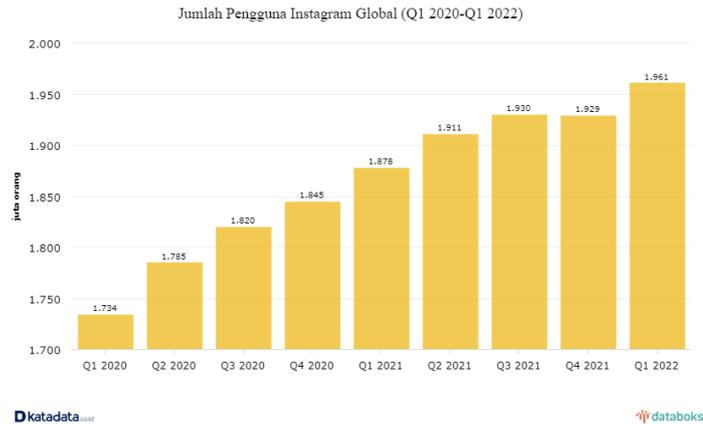
Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data *We Are Social* pada tahun 2022, media sosial yang paling sering digunakan apabila dilihat dari Twitter, Instagram, dan Tiktok yaitu Instagram memiliki posisi teratas sekitar 84,8%, posisi kedua ditempati oleh Tiktok dengan persentase 63,1%, dan posisi ketiga adalah Twitter dengan persentase 58,3%. Adapun grafik dapat dilihat dibawah ini:



**Gambar 1 Media Sosial yang Sering digunakan**

Sumber: *We Are Social*

Di Indonesia sendiri, para pengguna Instagram dapat dengan mudah dalam menggunakan dan mengakses Instagram. Selama ini terjadi peningkatan dalam penggunaan Instagram yang kemudian membuat media tersebut menjadi lebih banyak digemari oleh para penggunanya. Perkembangan Instagram ini dimanfaatkan oleh banyak para penggunanya dalam menggunakan media sosial. Hal ini dapat dilihat gambar di bawah ini yang menunjukkan pengguna Instagram mengalami peningkatan pada kuartal pertama 2020 hingga kuartal pertama di tahun 2022.



**Gambar 2: Media Sosial yang Sering digunakan**

Sumber: Katadata.co.id (2022)

Instagram ialah Media sosial yang sudah tidak diragukan lagi Popularitas di dunia saat ini. Namun demikian, banyak orang yang tidak tahu arti sebenarnya dari kata "Instagram". Instagram Terdiri dari dua kata, 'insta' yang berarti 'instan' dan 'terinspirasi'. Kamera Polaroid saat itu yang mencetak foto segera setelah menangkap subjek mengambil gambar. Dan kata “gram” berasal dari istilah telegram. sebagai media penyampaian informasi dengan sangat cepat dan efisien. Aplikasi yang didirikan dua belas tahun lalu, tepatnya Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, aplikasi ini ditujukan terutama untuk para *enthusiaist* tertentu.

Peningkatan pengguna Instagram ini dapat menciptakan artis Instagram atau yang seringkali dikenal dengan *Influencer*. Hal ini dikarenakan perkembangan media sosial yang semakin meningkat membuat kemunculan *Influencer* juga mengalami peningkatan.<sup>1</sup> Dengan adanya Instagram ini

<sup>1</sup> Mukhlisiana, L. (2019). Urban Youngster Personal Branding Through Instagram. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, Vol 6(7).

muncullah *Selebgram* atau *Influencer*, mereka adalah orang yang terkenal melalui Media sosial Instagram dan mendapatkan ketenaran dengan berbagai alasan. *Influencer* adalah seseorang yang memiliki banyak *followers* atau/atau fans di platform Instagram. *Influencer* memiliki kekuatan untuk mempengaruhi orang karena identik dengan kemampuan yang memiliki otoritas dan mempengaruhi seseorang secara *Online* sehingga para audience pun ikut untuk meniru atau mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui apapun yang di iklankan.

*Influencer* saat ini sangat dijadikan peluang bisnis oleh pelaku usaha. *Influencer* menjadi salah satu sorotan pada media sosial. Secara operasional merupakan pengaruh pada perilaku *Online* saat seseorang melakukan berbagai cara untuk meningkatkan keterkenalannya di internet dengan memanfaatkan teknologi misalnya video, blog, dan situs jejaring sosial lainnya.<sup>2</sup> *Influencer* membuat postingan di media sosial pribadi, dapat dilihat dari banyaknya *followers* yang mempunyai engagement sangat tinggi seperti like, share, *retweet*, comment, klik, pada link atau URL dari promosi tersebut. Hingga *Influencer* memberikan komunikasi yang baik dengan *followers*-nya dan mempunyai reputasi yang cukup pantas dalam mengiklankan.

*Influencer* dilihat sebagai seseorang yang dapat mengunggah berbagai konten yang dapat menarik perhatian public sehingga dapat dikatakan sebagai *Influencer*. Proses menjadi *Influencer* tidak hanya mengunggah konten yang menarik perhatian saja, tetapi juga biasanya *Influencer* ini memiliki spesialisasi tersendiri dalam konten yang diuploadnya misalnya mengenai produk make up, skin care, dan lainnya. Ada Pula *Influencer* yang terkenal dengan kehidupannya menikah muda, gaya pacaran, gaya hidup dan lainnya.

---

<sup>2</sup> Detta Rahmawan, Hanny Hafiar, Jimi Narotama, Peran Vlogger Sebagai Online *Influencer* dalam Industri Media Digital di Indonesia. (Promedia Vol. 3 No.2, 2017), hlm.3.

Ditengah *Influencer* yang sedang naik daun dan memiliki peluang bisnis, para pelaku usaha berbondong-bondong memanfaatkan jasa *Influencer* untuk memasarkan dan memperluas produk dagangan bahkan bisnis nya di akun media sosial *Influencer* tersebut, dengan tujuan mendapatkan hasil yang sangat memuaskan.

Jasa yang digunakan para pelaku usaha adalah jasa *Endorse* dan/atau *Endorsement* yang merupakan Jasa yang dimana seseorang mempromosikan atau memasarkan suatu produk, lebih tepatnya suatu kerjasama antara pemberi jasa dan/atau pelaku usaha dan *Influencer* yang saling mendapatkan feedback masing-masing.

Contohnya, pemberi jasa dan/atau pelaku usaha menggunakan jasa *Influencer* untuk promosi atau iklan suatu produk, pelaku usaha wajib membayarkan jasa *Influencer* dengan bayaran yang telah ditentukan, kemudian *Influencer* akan mengiklankan produk yang ingin dipromosikan melalui akun Instagram *Influencer* tersebut, sehingga produk yang dipromosikan akan menyebar luas dan ditonton oleh pengikut *Influencer* tersebut.

Banyak *Influencer* yang memanfaatkan media sosial khususnya instagram untuk berbagai kepentingan seperti membuat sensasi yang tujuannya menaikkan *followers* mereka serta menaikkan citra dan membentuk *personal branding* baru di masyarakat. Selebgram dikategorikan sebagai *Influencer* karena dapat memberikan pengaruh kepada audiens mereka dan juga dapat memberikan pengaruh terkait dengan kredibilitas mereka dalam beberapa industry.

Hal ini dilihat dari audiens yang cenderung mengikuti mereka karena dapat memberikan pengaruh sehingga audiens mengikuti selebgram yang dianggap favorit. Apabila dilihat, perkembangan Instagram tentunya memunculkan banyak selebgram terutama selebgram yang dianggap diikuti oleh masyarakat karena memiliki *followers* yang cukup banyak seperti

@awkarin, @keanuagl, @rachelvennya, @eri.carl, dan lainnya. Salah satu contoh mengenai selebgram yang memberikan pengaruh kepada audiens mereka dapat dilihat dari selebgram Rachel Venny yang memberikan pengaruh kepada audiensnya melalui *Endorsement*nya yang mempengaruhi audiensnya dengan mengiklankan sebuah produk.<sup>3</sup>

Berdasarkan data trenasia bahwa produk yang sering seringkali melibatkan *Influencer* didalamnya adalah produk kecantikan. Dalam hal ini, *Influencer* menggunakan relasi mereka untuk mempromosikan sebuah produk yang dapat mencapai target pasar dari produk kecantikan tersebut. Tidak hanya produk kecantikan saja, produk makanan serta produk minuman instan menjadi kategori yang sangat efektif yang sering digunakan dalam melibatkan *Influencer*.<sup>4</sup>

Suatu keuntungan menjadi *Influencer* adalah bisa mendapatkan relasi yang luas, bahkan *Endorsement* (Promosi) yang dimana hampir kebanyakan *Influencer* memanfaatkan kepopularitasnya dengan menerima *Endorsement* untuk mendapatkan Penghasilan, bahkan sampai puluhan juta dalam waktu singkat. *Influencer* memang sangat memiliki pengaruh yang besar sehingga dijadikan pilihan sebagai strategi promosi untuk menarik perhatian seseorang seperti mempengaruhi atau membujuk untuk membeli produk yang disebar oleh si *Influencer* tersebut.

Sayangnya, ada saja *Influencer* yang sembarang menerima jasa *Endorsement* tanpa memikirkan atau memilah dan memilih resiko atau dampak yang akan berdampak kedepannya. Seperti halnya mempromosikan sesuatu yang ilegal seperti Perjudian *Online*.

Dalam melakukan promosi judi *Online* ini biasanya para pelaku atau pemilik situs akan mengiklankan situs judi *Online* mereka kepada para

---

<sup>3</sup> Nahdiah, S. (2018). Personal Branding Analysis of Food Blogger Cindy Lulaby Through Instagram Social Media. *International Journal of Scientific & Technology Research*, Vol 8(8).

<sup>4</sup> <https://www.trenasia.com/jangan-asal-endorse-3-produk-ini-paling-laku-di-pasarkan-influencer>

pengguna internet melalui sosial media, layanan streaming, dan juga blog. Biasanya para pemilik situs judi *Online* akan menawarkan kepada pemilik akun sosial media dengan membayar lebih mahal dari pada iklan konvensional.

Beberapa *Influencer* yang terjerat *Endorse* judi *Online* seperti Shandy Aulia yang dilaporkan ke Polda Jaya dengan Nomor LP/B/1480/VII/2021/SPKT/Polda Metro Jaya. Shandy Aulia dilaporkan terkait Pasal 27 Ayat 2 Juncto Pasal 45 Ayat 3 UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang ITE. Berikutnya ada Boy William dan Arief Muhammad yang juga turut menerima *Endorsement* aplikasi trading yang diduga ilegal yaitu Platform OctaFX.<sup>5</sup>

Karena hal inilah penyebarluasan serta perkembangan terhadap situs judi *Online* menjadi berkembang pesat, selain hal tersebut minimnya tindakan dari pihak berwajib dalam menanggulangi para pemasang iklan judi *Online* juga menjadi penyebabnya.

Kegiatan *Endorse* yang dijalankan *Influencer* merupakan pekerjaan yang sangat beresiko apabila *Influencer* tidak berhati-hati, karena tanpa disadari promosi atau iklan produk *Endorse* yang dibuatnya dapat merugikan pribadinya sendiri bahkan orang lain apabila *Influencer* tidak teliti, kurang hati-hati serta sembarang menerima tawaran *Endorse*.

Informasi yang diberikan terkait dengan produk yang dipromosikan dapat mempengaruhi orang lain untuk membeli produk yang sama, apabila informasi yang disampaikan mengenai produk tersebut tidak sesuai dengan kualitas, manfaat serta keamanan produk, promosi itu tidak hanya merugikan konsumen yang telah melihat postingan *Influencer* dengan me-review produk itu, promosi itu akan memberikan dampak yang buruk dan juga dapat

---

<sup>5</sup> CNNIndonesia.com

merugikan *Influencer* itu sendiri, apabila dikemudian hari produk yang pernah di iklankan merupakan produk yang tidak memiliki legalitas.<sup>6</sup>

Perjanjian *Endorsement* yang telah disepakati antara pemberi jasa yang memiliki situs judi *Online* dengan *Influencer* secara elektronik merupakan perjanjian secara tertulis meskipun tidak berbentuk hitam diatas putih, tetapi dilakukan melalui *direct message* (DM) di instagram, perjanjian ini dapat dikatakan sebagai perjanjian yang sah serta hubungan keduanya mengikat dan dapat menjadi dasar serta alat bukti hukum yang sah, apabila dikemudian hari timbul masalah dari kegiatan kerjasama tersebut. Hal ini diatur secara jelas didalam Pasal 5 Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik sebagai berikut:

1. Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah;
2. Informasi dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum yang berlaku di indonesia;
3. Informasi dan/atau dokumen elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan sistem elektronik essay dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang ini.

Di Indonesia salah satu contoh kasus *Influencer* yang menggunakan jasa *Endorse* judi *Online* adalah Apriazi Sundana atau yang biasa disebut dengan username Instagram @Ubeyapsensso selaku *Influencer* atau *Influencer* dengan jumlah *followers* 71,9 K atau 71.900 pengikut menerima *Endorsement* situs judi *Online*. Mengenai mentransmisikan Perjudian *Online* dilarang keras dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) maupun dalam perundang-

---

<sup>6</sup> Firlina Alma Maulidia,2020, “Pelaksanaan *Endorsement* Melalui *Influencer* Yang Mempromosikan Kosmetik Di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, Skripsi. Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, hlm.7

undangan yang diatur dalam Undang-Undang ITE dan menjadi masalah yang serius dalam hukum pidana karena sangat berdampak dalam kehidupan masyarakat dan Negara, terutama kepada para *followers* si pelaku.

Sehingga sanksi hukum yang tegas dan pemberantasan dari penegak hukum bagi *Influencer Endorse judi Online* menjadi harapan besar dari masyarakat. Namun dalam prakteknya para pelaku sulit ditindak karena lemahnya instrumen hukum yang ada untuk memberikan efek jera. Sehingga kemajuan teknologi yang sudah terfasilitasi memberi ruang kepada para pelaku untuk terus melakukan pelanggaran hukum dalam menjalankan *Endorse*.

Meskipun pengaturan pelarangan tindak pidana tersebut telah diatur dalam peraturan perundang-undangan baik dalam KUHP dan undang-undang lainnya ternyata masih mengandung beberapa kelemahan, yaitu minimnya tindakan dari pihak berwajib dalam menanggulangi para pemasang iklan judi *Online*, selain hal itu penyebarluasan serta perkembangan terhadap situs judi *Online* menjadi berkembang pesat.

Dari uraian tersebut diatas dapat kita pahami bahwa perjudian *Online* adalah suatu kejahatan tindak pidana. Pengertian hukum pidana di bidang teknologi informasi dalam buku ini adalah ketentuan-ketentuan pidana yang dapat diterapkan pada aktivitas manusia berbasis komputer dan dalam jaringan komputer di dunia maya (virtual), dalam hal mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses atau bahkan menyebarkan informasi dalam bentuk data, suara, gambar.<sup>7</sup>

Meskipun ketentuan mengenai periklanan secara umum telah ada, tetapi untuk periklanan di media sosial yang melibatkan pelaku periklanan dalam hal ini (*Influencer*, baik dari kalangan artis, penyanyi, konten creator, tokoh atau

---

<sup>7</sup> Widodo, 2019, *Hukum Pidana Di bidang Teknologi Informasi (Cybercrime Law)*, Sleman Yogyakarta, hlm.7

*Influencer*) tidak diatur secara khusus. Pada kenyataannya masih ada iklan *Endorse* di media sosial yang dapat merugikan masyarakat.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas maka penulisan skripsi ini mengambil judul tentang “Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap *Influencer* Dalam Jasa *Endorsement* Judi *Online* Melalui Media Sosial.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka pokok masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Status dan kedudukan *Influencer* secara hukum?
2. Bagaimana penerapan hukum yang ditetapkan hakim terhadap *Influencer* dalam mengiklankan judi *Online* sesuai dengan Putusan Nomor 907/Pid.Sus/2022/PN Plg?

## **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis uraikan diatas untuk menghindari luasnya pembahasan diluar rumusan masalah, maka ruang lingkup penelitian ini adalah Memfokuskan untuk mengetahui sampai mana kedudukan *Influencer* sebagai subjek hukum dan Tanggung jawab *Influencer* terhadap penggunaan jasa *Endorse* judi *Online* menurut undang-undang serta mengetahui seberapa besar dampak atau pengaruh *Influencer* di media sosial.

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pemikiran ilmiah dan mampu memperkaya ilmu pengetahuan khususnya mengenai Pelaksanaan *Endorsement* oleh *Influencer* yang

mempromosikan atau mengiklankan hal-hal yang bertentangan dengan Undang-Undang.

2. Sebagai bahan referensi dan teori pembelajaran bagi siapa saja terutama bagi mahasiswa Fakultas Hukum yang ingin mempelajari lebih dalam permasalahan yang berkaitan dengan *Influencer* dan Tanggung Jawab Hukum *Influencer* dalam penggunaan jasa *Endorse* melalui media sosial.

#### **E. Kerangka Teori dan Konseptual**

Pentingnya kerangka konseptual dan landasan atau kerangka teoritis dalam penelitian hukum. Teori merupakan asumsi, konsep, definisi dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep. Adapun beberapa teori yang dijadikan sebagai landasan oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah :

1. Kerangka Teoritis
  - a. Teori Tanggung Jawab

Menurut Hans Kelsen, teorinya tentang tanggung jawab hukum adalah bahwa "Seseorang secara hukum bertanggung jawab atas tindakan yang bertentangan dalam hukum".

Hans Kelsen membagi tanggung jawab menjadi empat, terdiri dari:<sup>8</sup>

- 1) Tanggung jawab individu, yaitu satu orang bertanggung jawab atas setiap pelanggaran yang dia lakukan.
- 2) Tanggung Jawab Kolektif, yaitu satu orang bertanggung Jawab atas kejahatan yang dilakukan oleh orang lain.

---

<sup>8</sup> Hans Kelsen, *Sebagaimana diterjemahkan oleh Raisul Muttaqien*, Teori Hukum Murni, Nuansa dan Nusa Media, Bandung, 2006, hlm. 140.

- 3) Tanggung Jawab atas Kesalahan. Individu dianggap bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukan sengaja, mungkin dengan tujuan menyebabkan kehilangan;
- 4) Tanggung jawab mutlak, yaitu tanggung jawab individu bertanggung jawab atas cedera yang tidak disengaja, dan tidak terduga.

Hukum ada untuk mendapatkan kewajiban secara adil dan mendapatkan haknya secara adil dan wajar. Di samping itu, hukum juga diciptakan sebagai instrumen perlindungan bagi subjek hukum.

Ketika ada subjek hukum yang melakukan kelalaian kewajiban hukum yang seharusnya dijalankan atau melanggar hak itu dibebani tanggung jawab dan akan dituntut untuk memulihkan atau mengembalikan hak yang sudah dilanggar.

Beban tanggung jawab dan tuntutan itu ditunjukkan kepada setiap subjek hukum yang melanggar hukum tidak terkecuali bahkan subjek hukum itu individu, ataupun badan hukum, dan bahkan pemerintah.<sup>9</sup>

Bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia mempunyai beban tanggung jawab hukum, artinya seseorang ini bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Dari uraian tersebut, maka prinsip tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting atas apa yang *Influencer* lakukan. Membahas mengenai tanggung jawab maka tidak lepas

---

<sup>9</sup> Satjipto Rahardjo, Ilmu Hukum, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung, 2000, h. 55.

dari adanya prinsip-prinsip mengenai tanggung jawab, karena prinsip tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting.

b. Teori Kepastian Hukum

Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik.

Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang dan berwibawa, sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.<sup>10</sup>

Berdasarkan teori diatas,peneliti ingin meninjau apa yang menjadi kepastian hukum dari penerapan hukum terhadap hakim tersebut.

2. Kerangka Konseptual

Sebelum membahas permasalahan-permasalahan yang akan ditulis penulis maka penulis akan memberikan pengertian-pengertian dan istilah yang akan digunakan:

- a. Media Sosial adalah salah satu media instan dengan berbagai fungsi saat ini. Media massa tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sarana bagi penggunaanya untuk mencari berbagai informasi.
- b. *Instagram* adalah laman berbagi foto dan video. pengguna mempelajari lebih lanjut tentang orang yang mereka ikuti melalui siaran visual. pengguna memposting semuanya mulai dari gambar peristiwa penting, hal-hal yang ada didepan mata dan yang sedang

---

<sup>10</sup> Asikin zainal, 2012, Pengantar Tata Hukum Indonesia, Rajawali Press, Jakarta,hlm12.

dialami. Pengguna juga dapat mengomentari pada postingan orang lain. Interaksi ini adalah sebahagian besar daripada Instagram. itu telah menjadi cara yang sangat populer bagi orang ramai untuk berbagi detik momen dari kehidupan sehari-hari mereka menggunakan fotografi.<sup>11</sup>

c. *Influencer* Adalah orang yang terkenal melalui Media sosial Instagram dan mendapatkan ketenaran dengan berbagai alasan.yang dimana seseorang yang memiliki banyak *followers* atau/atau fans di platform Instagram serta memiliki kekuatan untuk mempengaruhi orang karena identik dengan kemampuan yang memiliki otoritas dan mempengaruhi seseorang secara *Online* sehingga para audience pun ikut untuk meniru atau mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui apapun yang di iklankan.

d. Promosi adalah semua bentuk periklanan ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu, Periklanan saat ini tidak hanya dilakukan pada media berbayar saja seperti televisi radio koran tetapi memanfaatkan internet sebagai media periklanan contohnya Instagram.<sup>12</sup>

e. Tindak pidana adalah tindakan atau kelakuan yang melaksanakan suatu kejahatan atau pelanggaran pidana yang merugikan kepentingan orang lain atau merugikan kepentingan umum. Menurut Vos, tindak pidana adalah

---

<sup>11</sup> Joanne mattern (2017). *Instagram* : Minneapolis.Diakses dari [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0BvPDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=instagram+&ots=Ay2TmPtSEy&sig=gcwkg8\\_UI3wfbM8Yy9QCi06sjBI&redir\\_esc=y#v=onepage&q=instagram&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0BvPDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=instagram+&ots=Ay2TmPtSEy&sig=gcwkg8_UI3wfbM8Yy9QCi06sjBI&redir_esc=y#v=onepage&q=instagram&f=false)

<sup>12</sup> Kotler Philip, Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga

diatur di peraturan-peraturan undang-undang tentang kelakuan manusia yang diancam pidana, jadi suatu kelakuan pada umumnya dilarang dengan ancaman pidana.<sup>13</sup>

- f. *Endorsement* adalah bentuk iklan yang menggunakan tokoh atau selebritis terkenal yang memiliki tingkat pengakuan, kepercayaan, rasa hormat, atau kesadaran yang tinggi di antara orang-orang. Orang-orang seperti itu mengiklankan produk yang meminjamkan nama atau gambar mereka untuk mempromosikan produk atau layanan. Pengiklan dan klien berharap persetujuan tersebut, atau dukungan dari seorang selebriti, akan mempengaruhi pembeli dengan baik.
- g. Media Sosial adalah salah satu media instan dengan berbagai fungsi saat ini. Media massa tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sarana bagi penggunanya untuk mencari berbagai informasi. Instagram adalah aplikasi yang berbasis IOS, android, windows phone yang memungkinkan para penggunanya berbagi foto atau video.
- h. Perjudian adalah Permainan tertua di dunia ini adalah perjudian yang hampir semua Negara mengetahuinya yang anggapannya sebuah permainan keberuntungan saja. Salah satu permasalahan sosial adalah judi karna pengaruhnya terhadap nasional sangatlah negatif terutama terhadap generasi muda yang sekarang yang

---

<sup>13</sup> Tri Andrisman, *Asas-Asas dan Dasar Aturan Umum Hukum Pidana Indonesia*, Universitas Lampung, 2009, hlm. 70.

menyebabkan para generasi muda cenderung malas bekerja dan dana yang mengalir dalam permainan judi ini sangatlah besar sehingga dana yang semula dapat digunakan untuk pembangunan malah mengalir untuk permainan judi. Negara Indonesia melarang judi karena bertentangan dengan agama, kesusilaan dan hukum. Ketergantungan dan menimbulkan kerugian dari segi materil dan imateril dikarenakan permainan judi yang dampaknya tidak saja bagi para pemain tetapi juga keluarga mereka.<sup>14</sup>

- i. Judi *Online* adalah permainan lewat komputer atau smartphone serta koneksi internet yang membuat kecanduan, dimana awalnya hanya mencoba-coba dan memperoleh kemenangan akan memacu hasrat atau keinginan untuk mengulanginya dengan taruhan yang lebih besar lagi dengan pemikiran semakin banyak uang yang dipertaruhkan akan semakin banyak hasil kemenangan yang akan didapat.
- j. Tanggung Jawab adalah kondisi dimana seseorang melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh siap menanggung segala resiko.

## **F. Metode Penelitian**

Mengenai sumber bahan hukum yang digunakan terbagi atas :

1. Bahan Hukum Primer adalah bahan hukum yang utama yang menjadi dasar kajian dari penulisan skripsi.

---

<sup>14</sup> Josua Sitompul, *Cyberspace Cybercrimes Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, PT. Tatanusa, Jakarta

2. Bahan Hukum sekunder adalah bahan hukum yang digunakan untuk menunjang atau membantu dalam memberikan pemahaman - pemahaman dan gambaran-gambaran serta teori-teori hukum yang digunakan untuk mengulas dan memecahkan persoalan-persoalan yang akan di teliti di dalam penelitian penulisan skripsi.
3. Bahan Hukum Tersier adalah bahan hukum yang memberikan pedoman dan interpretasi bagi bahan hukum tingkat pertama dan kedua.
4. Teknik pengumpulan bahan dalam penelitian menggunakan teknik studi pustaka (*library research*) yaitu membaca, mencatat, mengutip, meringkas, dan menelaah informasi data dari peraturan atau literatur yang terkait dengan masalah tersebut. Setelah bahan hukum telah terkumpul melalui proses studi pustaka, dalam menganalisis bahan hukum yang telah terkumpul dalam penelitian ini penulis menggunakan uraian teknis, sistematisasi, argumentasi dan interpretasi hukum berdasarkan logika deduktif dan induktif.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dibagi dalam beberapa Bab, dimana dalam bab terdiri dari unit-unit bab demi bab. Adapun sistematika penulisan ini dibuat dalam bentuk uraian:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam Bab ini akan diuraikan tentang uraian umum seperti penelitian pada umumnya yaitu, Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penulisan, Kerangka Konseptual, Kerangka Teori, Metode Analisis dan Sistematika Penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi Landasan Teori tanggung Jawab *Influencer* terhadap periklanan judi *Online* seperti halnya hak dan kewajibannya.

## **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Kedudukan *Influencer* secara hukum sebagai subjek hukum serta pertanggungjawaban dan Upaya hukum *Influencer* dalam menggunakan jasa *Endorsement* menurut Undang-Undang.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Analisa penerapan hukum yang ditetapkan hakim terhadap *Influencer* yang mengiklankan judi *Online* melalui media sosial sesuai dengan putusan Nomor 907/Pid.Sus/2022/PN Plg.

## **BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan Saran Bab ini adalah bab penutup, yang merupakan bab terakhir dimana akan diberikan kesimpulan dan saran.