

ABSTRAK

TANGGUNG JAWAB HUKUM *INFLUENCER* TERHADAP *REVIEW* NEGATIF MAKANAN DI PLATFORM TIKTOK YANG MERUGIKAN PEMILIK USAHA

Oleh
TATA JULIAN PUTRI

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah memberikan pengaruh besar terhadap aktivitas komunikasi dan kegiatan ekonomi di masyarakat. Salah satu fenomena yang berkembang adalah munculnya *influencer* yang memberikan ulasan atau *review* terhadap suatu produk atau jasa melalui platform digital seperti TikTok. Namun, dalam praktiknya tidak jarang *review* yang diberikan bersifat negatif dan berpotensi menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha, baik secara materil maupun immateril. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab hukum *influencer* terhadap *review* negatif yang merugikan pemilik usaha serta upaya hukum yang dapat ditempuh oleh pelaku usaha dalam sistem hukum Indonesia.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Data yang digunakan berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif dengan menelaah ketentuan hukum yang relevan, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer* dapat dimintai pertanggungjawaban hukum apabila *review* yang disampaikan mengandung penghinaan yang bersifat merendahkan, menyerang kehormatan, dan tidak didasarkan pada fakta yang jelas sehingga dapat merugikan reputasi pelaku usaha. Dalam hal tersebut, pelaku usaha dapat menempuh upaya hukum melalui gugatan perdata berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata tentang Perbuatan Melawan Hukum, serta ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Pasal 27 ayat 3 yang telah diperbarui menjadi Pasal 27A Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 yang mengatur mengenai pencemaran nama baik di ruang digital.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Hukum, *Influencer*, *Review* Negatif, Pelaku Usaha, TikTok.

ABSTRACT

LEGAL LIABILITY OF INFLUENCERS FOR NEGATIVE FOOD REVIEWS ON THE TIKTOK PLATFORM THAT HARM BUSINESS OWNERS

By

TATA JULIAN PUTRI

The development of information technology and social media has significantly influenced communication activities and economic practices in society. One of the emerging phenomena is the presence of influencers who provide reviews of products or services through digital platforms such as TikTok. However, in practice, reviews delivered by influencers are not always positive and may potentially cause material and immaterial losses to business owners. This study aims to analyze the legal responsibility of influencers for negative reviews that harm business owners, as well as the legal remedies available for business actors within the Indonesian legal system.

This research employs normative legal research using a statutory approach. The data used consist of primary, secondary, and tertiary legal materials obtained through library research. The data were analyzed using a descriptive qualitative method by examining relevant legal provisions, such as the Indonesian Civil Code (KUHPerdata) and the Law on Electronic Information and Transactions (UU ITE).

The results of this study indicate that influencers may be held legally responsible if the reviews they provide contain insulting statements that demean, attack someone's honor or reputation, and are not based on clear facts, thereby causing harm to the reputation of business owners. In such cases, business actors may pursue legal remedies through civil lawsuits based on Article 1365 of the Indonesian Civil Code concerning Tort Law (Perbuatan Melawan Hukum), as well as provisions under the Electronic Information and Transactions Law, particularly Article 27 paragraph (3), which has been amended into Article 27A of Law Number 1 of 2024 concerning defamation in digital spaces.

Keywords: Legal Responsibility, Influencer, Negative Review, Business Owners.