

Perlindungan Konsumen terhadap Iklan di Instagram dengan Informasi Lowongan Kerja Freelance

Musajidin, Duhita Driyah Suprapti

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author: musajidin1807@students.unnes.ac.id

ISSN 2964-3848

QRCBN 62-6861-0144-710

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perlindungan konsumen terhadap penipuan melalui iklan lowongan kerja freelance di Instagram, yang semakin marak seiring tingginya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan perekrutan kerja. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menelaah peraturan perundang-undangan terkait, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta menganalisis tanggung jawab hukum platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam kasus penipuan iklan lowongan kerja di Instagram belum berjalan optimal. Konsumen masih berada pada posisi rentan karena belum ada aturan yang secara tegas mengatur tanggung jawab platform terhadap konten yang diunggah oleh pihak ketiga. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan hukum yang ada belum mampu memberikan solusi yang efektif bagi korban penipuan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen di era digital memerlukan pembaruan regulasi yang lebih adaptif dan tegas, serta peningkatan literasi digital masyarakat agar konsumen dapat lebih waspada terhadap potensi penipuan. Dengan adanya pembaruan hukum dan penguatan

pengawasan, diharapkan perlindungan konsumen dapat diwujudkan secara lebih efektif dalam praktik bisnis digital yang terus berkembang.

Kata kunci: Instagram, iklan lowongan kerja, penipuan digital, perlindungan konsumen, tanggung jawab platform

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan fondasi utama dalam membentuk peradaban modern, yang memberikan dampak signifikan pada perubahan sosial dan budaya masyarakat.¹ TIK mencakup segala bentuk teknologi yang digunakan untuk mengakses, memproses, dan menyebarkan informasi melalui perangkat elektronik dan jaringan digital. Transformasi ini telah mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Dalam beberapa dekade terakhir, inovasi seperti internet, smartphone, dan media sosial telah mengakselerasi proses komunikasi global, serta membuka ruang baru bagi praktik bisnis dan pemasaran secara daring.

Salah satu manifestasi paling menonjol dari TIK adalah media sosial. Platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai ruang interaksi sosial, tetapi telah berkembang menjadi alat pemasaran yang strategis bagi individu maupun pelaku usaha. Instagram kini menawarkan fitur promosi berbayar, kolaborasi dengan influencer, dan penayangan iklan yang menjangkau audiens secara luas. Fenomena ini turut mendorong terciptanya praktik bisnis digital, termasuk dalam bentuk perekrutan kerja yang disampaikan melalui iklan di platform tersebut.

Namun, di balik manfaat ekonominya, penggunaan media sosial sebagai sarana iklan juga menimbulkan berbagai persoalan hukum dan perlindungan konsumen. Salah satu isu yang krusial adalah maraknya penipuan berkedok iklan lowongan kerja. Praktik ini umumnya memanfaatkan fitur promosi untuk menarik korban dengan iming-iming gaji tinggi

atau pekerjaan mudah, lalu mengarahkan mereka ke aktivitas berbayar atau manipulatif yang berujung pada kerugian.

Salah satu kasus yang sempat menarik perhatian publik adalah kasus Syifa Giarsyah pada Mei 2023. Ia mengalami kerugian sebesar Rp21 juta setelah terjebak dalam modus penipuan berkedok iklan lowongan kerja di Instagram. Korban dijanjikan penghasilan besar dengan syarat melakukan top up saldo untuk aktivitas tertentu, seperti menyukai video di YouTube. Setelah pembayaran dilakukan, pekerjaan yang dijanjikan tidak kunjung terealisasi, dan dana tidak dikembalikan.

Dari sisi regulasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 17 melarang pelaku usaha menyebarkan iklan yang mengandung informasi menyesatkan. Selain itu, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dalam Pasal 28 juga melarang penyebaran informasi bohong yang merugikan konsumen. Kendati demikian, kedua regulasi tersebut belum secara eksplisit mengatur tanggung jawab penyelenggara platform digital dalam konteks penayangan iklan oleh pihak ketiga di media sosial.

Etika Pariwara Indonesia memang menyediakan pedoman etis terkait isi iklan, termasuk larangan terhadap unsur manipulatif atau tidak jujur serta larangan menjanjikan imbalan secara berlebihan. Namun, pedoman ini bersifat non-mengikat dan tidak memiliki kekuatan hukum yang dapat ditegakkan terhadap pelaku usaha informal di media sosial. Ketiadaan norma positif yang mengatur secara spesifik tanggung jawab platform digital menciptakan *legal gap* dalam perlindungan konsumen di ruang digital, khususnya pada praktik iklan lowongan kerja freelance yang rawan disalahgunakan.

Berdasarkan realitas tersebut, muncul pertanyaan mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan melalui iklan lowongan kerja di Instagram, serta bagaimana tanggung jawab hukum dari pihak Instagram sebagai penyelenggara platform. Penelitian ini bertujuan untuk

mengkaji bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam kasus iklan lowongan kerja di media sosial, serta menganalisis pertanggungjawaban hukum Instagram sebagai media promosi digital. Diharapkan kajian ini dapat menjadi kontribusi ilmiah dalam penguatan regulasi yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan perlindungan konsumen di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam perkembangan teknologi informasi saat ini, media sosial telah menjadi medium dominan dalam penyebaran berbagai jenis informasi, termasuk iklan lowongan kerja. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan pergeseran pola komunikasi masyarakat modern, tetapi juga menciptakan dinamika hukum yang belum sepenuhnya tertangani. Periklanan digital melalui media sosial seperti Instagram merupakan bagian dari bentuk komunikasi komersial yang memadukan unsur promosi dan informasi. Menurut American Marketing Association, periklanan merupakan praktik dalam dunia bisnis yang melibatkan pembayaran oleh perusahaan guna menyampaikan pesan atau merek mereka melalui media atau lokasi tertentu. Instagram menjadi salah satu platform digital yang efektif untuk promosi. Instagram memungkinkan untuk menampilkan barang dan jasa dalam bentuk foto dan video singkat, sehingga memudahkan konsumen dalam melihat dan menilai tawaran yang diberikan. Dengan kemudahan akses dan tampilan visual yang menarik, Instagram dapat meningkatkan daya tarik suatu produk dan mendorong keputusan pembelian konsumen.²

Konsep perlindungan hukum menjadi penting untuk dibahas dalam konteks ini. Philipus M. Hadjon menyatakan bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap hak asasi yang dimiliki oleh setiap individu berdasarkan hukum yang berlaku.³ Peningkatan harkat dan martabat konsumen harus disertai dengan upaya membangun kesadaran, pengetahuan,

kepedulian, serta kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi hak-haknya. Di sisi lain, perlu pula ditumbuhkan sikap dan perilaku pelaku usaha yang berorientasi pada tanggung jawab sosial dan hukum.⁴

Perlindungan hukum ini terbagi menjadi dua bentuk, yaitu preventif dan represif. Perlindungan preventif memberikan ruang bagi warga negara untuk menyampaikan keberatan sebelum tindakan pemerintah atau pelaku usaha dijalankan. Sementara itu, perlindungan represif hadir sebagai bentuk penyelesaian sengketa ketika hak seseorang telah dilanggar. Dalam praktiknya, bentuk perlindungan hukum terhadap iklan lowongan kerja di media sosial belum berjalan optimal, karena belum adanya pengaturan khusus yang mengikat para pelaku, baik itu pengiklan maupun platform penyedia layanan. Hal ini menciptakan celah hukum yang berpotensi merugikan pencari kerja, terutama dalam bentuk kerja lepas yang tidak memiliki hubungan kerja formal yang jelas.

Bersamaan dengan itu, tanggung jawab hukum menjadi bagian integral dalam menjamin perlindungan tersebut. Menurut Hans Kelsen, tanggung jawab hukum muncul ketika seseorang melakukan perbuatan yang melawan hukum. Secara umum, tanggung jawab hukum terbagi menjadi dua jenis: tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*), yang mensyaratkan adanya kesalahan nyata dari pelaku, dan tanggung jawab mutlak (*strict liability*), di mana seseorang tetap dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun tidak terbukti melakukan kesalahan secara langsung, terutama jika aturan hukum mengaturnya demikian. Dalam konteks iklan lowongan kerja digital, konsep ini mengarah pada kemungkinan pertanggungjawaban tidak hanya terhadap pihak pengiklan, tetapi juga terhadap platform media sosial yang memfasilitasi penyebaran informasi.

Situasi tersebut menuntut kejelasan kerangka hukum dan penguatan regulasi yang lebih adaptif terhadap praktik digital yang berkembang pesat. Instagram sebagai platform visual dengan jangkauan luas memungkinkan penyebaran iklan dalam

waktu singkat, namun belum diimbangi dengan mekanisme pengawasan konten iklan yang memadai, khususnya untuk kategori iklan kerja freelance. Dalam hal ini, pencari kerja berada dalam posisi yang rentan karena tidak adanya jaminan perlindungan hukum yang memadai, baik sebelum maupun setelah terjadi pelanggaran. Maka dari itu, diperlukan penguatan landasan hukum yang tidak hanya mencakup definisi dan mekanisme iklan kerja digital, tetapi juga menegaskan tanggung jawab hukum para pihak yang terlibat di dalamnya. Dengan demikian, keadilan dan kepastian hukum dalam ruang digital dapat ditegakkan secara proporsional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan yang berfokus pada pengkajian terhadap norma hukum tertulis yang berlaku. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis regulasi terkait perlindungan konsumen terhadap iklan lowongan kerja freelance di Instagram, serta tanggung jawab hukum platform media sosial. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk menelaah ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, serta literatur hukum dan doktrin yang relevan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif (doktrinal), yang mempelajari hukum sebagai sistem norma dengan menitikberatkan pada analisis dokumen berupa peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, asas hukum, doktrin, dan pendapat para ahli. Fokus penelitian ini adalah pada efektivitas perlindungan konsumen serta bentuk pertanggungjawaban hukum platform terhadap konten iklan menyesatkan yang beredar di media sosial, khususnya Instagram.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan dan jenis data yang digunakan adalah data

sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan, yurisprudensi, dan traktat), bahan hukum sekunder (buku, jurnal, artikel ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu), dan bahan hukum tersier (kamus hukum dan ensiklopedia).

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi terhadap dokumen hukum dan literatur yang relevan. Data dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengidentifikasi, mengkategorikan, dan mengevaluasi muatan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan tanggung jawab platform. Uji validitas dilakukan dengan kritik sumber terhadap bahan hukum sekunder, terutama dengan menilai kredibilitas, relevansi, dan akurasi sumber-sumber yang digunakan.

PEMBAHASAN

Perlindungan Konsumen terhadap Iklan Lowongan Kerja Freelance di Instagram

Hukum merupakan aturan yang mengatur kehidupan bermasyarakat dengan tujuan utama untuk mewujudkan keadilan, ketertiban, dan kepastian hukum. Dalam pelaksanaannya, hukum tidak hanya berfungsi sebagai norma yang harus ditaati, tetapi juga sebagai alat perlindungan bagi setiap individu, termasuk konsumen yang menggunakan layanan digital seperti Instagram. Perlindungan konsumen merupakan upaya yang menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen, mencakup keseluruhan proses mulai dari memperoleh barang dan/atau jasa hingga dampak yang ditimbulkan akibat penggunaannya.⁵ Perlindungan konsumen merupakan upaya hukum yang berangkat dari pengakuan atas hak-hak konsumen yang rentan dilanggar, khususnya oleh tindakan curang dari pelaku usaha, yang dapat mengakibatkan kerugian serta tidak terpenuhinya hak-hak yang semestinya diterima oleh konsumen.⁶

Perlindungan hukum terhadap konsumen pada hakikatnya bertujuan untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen.

Meskipun hak-hak tersebut memiliki cakupan yang luas, secara prinsipil dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama. Pertama, hak konsumen untuk terhindar dari berbagai bentuk kerugian, baik yang bersifat pribadi maupun yang berkaitan dengan harta benda. Kedua, hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar dan proporsional. Ketiga, hak untuk mendapatkan penyelesaian yang adil dan layak atas permasalahan yang dialami dalam proses konsumsi.⁷

Konsumen di Indonesia pada umumnya masih berada dalam posisi yang rentan terhadap paparan informasi iklan yang bersifat tidak sehat. Oleh karena itu, tanpa adanya mekanisme pengawasan yang memadai dalam sektor periklanan, akan sangat berisiko apabila konsumen dibiarkan secara mandiri menilai dan menentukan kredibilitas suatu iklan tanpa perlindungan yang memadai.⁸ Penyampaian iklan seharusnya didasarkan pada fakta yang dapat diverifikasi serta memuat informasi yang tepat dan tidak menyesatkan, guna menjamin perlindungan terhadap hak dan kepentingan konsumen.⁹

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha secara inheren membutuhkan jaminan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak. Akan tetapi, dalam praktiknya, posisi konsumen kerap kali lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Ketimpangan ini muncul karena minimnya pemahaman konsumen terhadap hak-haknya, keterbatasan dalam aspek ekonomi, serta kurangnya kemampuan untuk melakukan perundingan yang seimbang. Oleh sebab itu, sistem hukum dituntut untuk mampu menghadirkan mekanisme yang adil dan proporsional guna menjamin kesetaraan kedudukan di antara para pihak. Perlindungan hukum terhadap konsumen sangat penting karena salah satu fungsi utama hukum adalah memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi masyarakat, termasuk para konsumen.¹⁰

Konsep perlindungan hukum mencakup pemberian keadilan, ketertiban, kepastian hukum, manfaat, serta terciptanya kedamaian dalam masyarakat¹¹. Perlindungan hukum sendiri

mencakup berbagai upaya yang bersifat preventif maupun represif, sebagaimana dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon.¹²

1. Perlindungan Hukum Preventif

Merupakan mekanisme perlindungan yang bersifat antisipatif, di mana individu atau badan hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan dan memberikan masukan sebelum suatu keputusan administrasi negara difinalisasi. Esensi dari perlindungan ini adalah untuk meminimalisasi potensi terjadinya sengketa di kemudian hari, dengan mewajibkan pemerintah untuk lebih cermat dan berhati-hati dalam menggunakan kewenangan dekretnya.

2. Perlindungan Hukum Represif

Bentuk perlindungan ini lebih menitikberatkan pada penyelesaian sengketa yang telah timbul. Dalam konteks sistem hukum di Indonesia, penanganan perkara perdata dan pidana oleh Pengadilan Umum, serta sengketa tata usaha negara oleh Pengadilan Tata Usaha Negara, merupakan implementasi dari perlindungan hukum represif.

Perlindungan hukum preventif berperan penting dalam mencegah terjadinya pelanggaran sejak dini. Dalam konteks ini, Pasal 17 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan kerangka hukum yang jelas untuk memastikan bahwa pelaku usaha tidak menyebarkan informasi yang menyesatkan atau palsu dalam iklan mereka. Undang-undang ini menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen dan menetapkan batasan-batasan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha agar tidak merugikan pihak lain. Penyampaian informasi yang tidak sepenuhnya akurat, bersifat menyesatkan, atau bahkan mengandung unsur penipuan, berpotensi mendorong konsumen untuk mengambil keputusan yang keliru. Keputusan tersebut dapat menimbulkan dampak merugikan secara materiil, dan dalam situasi tertentu bahkan membahayakan keselamatan fisik maupun mental konsumen akibat pertimbangan yang didasarkan pada informasi yang salah arah.¹³

Selain itu, Pasal 28 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga melarang penyebaran berita bohong dan informasi menyesatkan yang dapat merugikan konsumen dalam transaksi elektronik, termasuk iklan yang muncul di platform seperti Instagram.

Apabila terjadi pelanggaran yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, maka perlindungan hukum secara represif berperan sebagai sarana penegakan terhadap pelaku usaha yang melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum. Dalam hal ini, konsumen memiliki hak untuk mengajukan tuntutan ganti rugi melalui mekanisme perdata, baik atas dasar wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Selain itu, apabila unsur penipuan dapat dibuktikan, pelaku dapat dikenai pertanggungjawaban pidana sesuai dengan ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Oleh karena itu, sistem hukum nasional menyediakan instrumen yang memungkinkan konsumen untuk memperoleh keadilan serta pemulihan atas hak-haknya yang dirugikan.

Dalam konteks periklanan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan ketentuan yang cukup komprehensif untuk mencegah adanya unsur penyesatan atau janji yang tidak sesuai kenyataan dalam suatu iklan. Salah satu bentuk pengaturannya adalah larangan bagi pelaku usaha untuk mempromosikan barang dan/atau jasa secara berlebihan, tidak akurat, atau dengan cara yang dapat membingungkan konsumen hingga menimbulkan kerugian. Ketentuan ini memiliki relevansi yang kuat dalam menata praktik penyebaran iklan lowongan kerja freelance di platform seperti Instagram, agar tidak menciptakan interpretasi keliru maupun kerugian bagi calon tenaga kerja yang menjadi sasaran iklan tersebut.

Dalam implementasinya, perlindungan hukum bagi konsumen terhadap iklan lowongan kerja freelance yang disebarluaskan melalui Instagram masih menemui berbagai

hambatan. Salah satu persoalan mendasar terletak pada belum jelasnya kedudukan hukum dan tanggung jawab platform digital sebagai penyelenggara sistem elektronik. Instagram, dalam hal ini, hanya berfungsi sebagai sarana yang memfasilitasi pengguna untuk menayangkan iklan, sementara beban tanggung jawab atas isi konten umumnya dialihkan kepada pihak pengiklan. Akibatnya, tanggung jawab hukum dari platform terhadap praktik penipuan yang terjadi menjadi terbatas, sehingga konsumen yang mengalami kerugian kerap tidak memperoleh perlindungan yang memadai.

Di sisi lain, ketentuan hukum yang berlaku saat ini belum secara eksplisit mengatur perlindungan konsumen dalam konteks transaksi elektronik yang berlangsung melalui media sosial. Ketidakjelasan ini mengakibatkan terjadinya kekosongan norma dan menciptakan ketidakpastian dalam proses penegakan hukum, khususnya ketika pelaku usaha menyamarkan identitasnya guna menghindari tanggung jawab hukum. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa secara daring yang tersedia masih terbatas efektivitasnya, sehingga konsumen kerap mengalami hambatan dalam memperjuangkan dan memperoleh hak-haknya secara hukum.

Tanggung Jawab Instagram sebagai Platform Media Sosial yang Menampilkan Iklan

Media sosial dapat dipahami sebagai bentuk terbaru dari teknologi web berbasis internet yang dirancang untuk memudahkan interaksi antar pengguna, meningkatkan partisipasi, memungkinkan berbagi informasi, serta membangun jaringan secara daring di antara individu-individu.¹⁴ Perkembangan teknologi digital telah memungkinkan masyarakat melakukan berbagai aktivitas, termasuk transaksi jual beli dan pencarian pekerjaan secara online melalui platform digital seperti Instagram. Namun, kemudahan ini juga membuka peluang terjadinya penyalahgunaan, salah satunya berupa penipuan melalui iklan lowongan kerja freelance yang menyesatkan. Instagram, sebagai platform media sosial,

memiliki peran signifikan dalam menyebarkan iklan, termasuk lowongan kerja freelance.

Nasution menjelaskan bahwa dalam konteks periklanan di Indonesia, terdapat tiga jenis pelaku usaha yang berperan penting, yaitu pengiklan, biro iklan, dan media periklanan¹⁵. Pengiklan dapat berupa perusahaan atau individu yang mempromosikan atau menawarkan produk, baik barang maupun jasa. Biro iklan berfungsi sebagai penyedia jasa pembuatan iklan sekaligus penghubung antara pengiklan dan media. Sedangkan media periklanan mencakup berbagai jenis media massa seperti surat kabar, majalah, dan televisi, yang menjadi saluran penyebaran iklan kepada masyarakat luas.

Secara konseptual, tanggung jawab mengandung makna sebagai kewajiban individu untuk menanggung akibat hukum atas perbuatan yang dilakukannya. Dalam ranah hukum, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti melakukan tindakan yang bertentangan dengan norma hukum yang berlaku.

Secara umum, semua pihak yang berperan dalam proses pembuatan iklan mulai dari pengiklan, perusahaan iklan, hingga media yang menayangkan iklan memiliki tanggung jawab bersama apabila iklan tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen.¹⁶ Tanggung jawab mengandung makna sebagai kewajiban individu untuk menanggung akibat hukum atas perbuatan yang dilakukannya. Dalam ranah hukum, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban apabila terbukti melakukan tindakan yang bertentangan dengan norma hukum yang berlaku.¹⁷ Namun, tanggung jawab Instagram dalam memastikan iklan yang ditayangkan tidak menyesatkan konsumen masih menjadi perdebatan. Sebagai penyedia platform, Instagram tidak secara langsung memproduksi iklan, tetapi memiliki kewajiban untuk memastikan konten yang diunggah mematuhi hukum dan etika periklanan.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), entitas yang menyediakan layanan digital dikategorikan sebagai Penyelenggara Sistem

Elektronik (PSE) dan diwajibkan untuk menyelenggarakan sistem elektroniknya dengan memperhatikan prinsip keandalan dan keamanan yang tinggi. Hal ini sejalan dengan amanat Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, yang menegaskan bahwa penyelenggaraan sistem elektronik harus disertai dengan penerapan prosedur teknis dan administratif guna menjamin kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan layanan secara konsisten.

Meskipun demikian, ketentuan dalam Pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik pada dasarnya tidak bertanggung jawab atas segala bentuk kesalahan, pelanggaran, maupun kelalaian yang dilakukan oleh para pengguna layanannya. Tanggung jawab hukum baru dapat dibebankan kepada platform apabila terbukti terdapat unsur kelalaian dari pihak penyelenggara itu sendiri atau adanya keadaan memaksa (*force majeure*) yang relevan. Artinya, bentuk tanggung jawab hukum yang dikenakan kepada platform digital bersifat terbatas dan tidak secara otomatis melekat pada setiap tindakan merugikan yang dilakukan oleh pengguna sistem tersebut.

Ketentuan ini mencerminkan keseimbangan antara perlindungan terhadap penyedia layanan digital dan kebutuhan untuk menjaga kebebasan pengguna dalam memanfaatkan platform tersebut. Namun, dalam praktiknya, klausul ini juga menimbulkan tantangan dalam penegakan hukum, terutama ketika terjadi penyalahgunaan atau penipuan yang melibatkan iklan di media sosial. Dalam kasus iklan lowongan kerja palsu yang merugikan konsumen, sulit untuk secara langsung menuntut platform seperti Instagram sebagai pihak yang bertanggung jawab, kecuali jika terbukti platform tersebut lalai dalam melakukan pengawasan atau pencegahan terhadap konten berbahaya.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial, menyediakan layanan periklanan yang memungkinkan penggunaannya untuk memasarkan berbagai jenis produk dan

jasa, termasuk informasi mengenai lowongan kerja freelance. Meskipun demikian, secara prinsip, Instagram tidak berperan sebagai pelaku usaha yang secara langsung menawarkan produk atau jasa tersebut, melainkan bertindak sebagai penyedia sarana atau sistem elektronik yang mempertemukan pengguna dalam suatu ruang interaksi dan transaksi digital.

Merujuk pada Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016, tanggung jawab atas isi konten dan aktivitas transaksi yang berlangsung di dalam suatu platform digital secara prinsip berada pada pelaku usaha atau pihak yang mengunggah konten tersebut. Sementara itu, pihak platform memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem pengawasan, mekanisme pelaporan, serta prosedur penghapusan terhadap konten yang bersifat ilegal atau menyesatkan, disertai dengan jaminan bahwa sistem operasionalnya berjalan secara aman dan andal.

Maraknya kasus penipuan berkedok lowongan kerja freelance di platform Instagram mencerminkan adanya kelemahan dalam mekanisme pengawasan dan pengelolaan iklan digital oleh penyedia layanan. Modus operandi yang digunakan oleh pelaku melibatkan pemanfaatan fitur iklan berbayar untuk menyebarluaskan informasi yang bersifat menyesatkan, sehingga mengakibatkan kerugian baik secara materiil maupun immateriel bagi calon korban. Meskipun pihak Instagram telah menerapkan kebijakan penghapusan konten yang tergolong ilegal, dalam praktiknya masih terdapat sejumlah iklan yang tidak terdeteksi karena tidak secara eksplisit melanggar standar kebijakan yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa sistem moderasi dan penyaringan konten yang diterapkan belum sepenuhnya mampu mencegah penyalahgunaan fitur oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, sehingga berpotensi membuka celah terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.

Berdasarkan ketentuan dalam UUPK, setiap pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi yang akurat, transparan, dan tidak menyesatkan terkait barang atau jasa

yang ditawarkan. Dalam praktik transaksi digital melalui platform seperti Instagram, tindakan pelaku usaha yang melakukan penipuan merupakan pelanggaran terhadap prinsip tersebut. Namun demikian, jaminan perlindungan hukum bagi konsumen masih belum optimal, salah satunya disebabkan oleh belum adanya pengaturan yang secara eksplisit menetapkan tanggung jawab hukum platform digital. Kondisi ini berimplikasi pada ketidakpastian hukum, terutama ketika platform hanya diposisikan sebagai penyelenggara sistem elektronik tanpa tanggung jawab langsung terhadap isi konten yang disebar oleh para penggunanya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen terhadap penipuan iklan lowongan kerja freelance di Instagram masih belum berjalan secara efektif. Meskipun telah terdapat sejumlah aturan yang melarang penyebaran informasi menyesatkan dan menjamin hak-hak konsumen, kenyataannya korban penipuan sering kali mengalami kesulitan dalam mendapatkan perlindungan dan keadilan. Hal ini disebabkan oleh belum adanya pengaturan yang jelas mengenai tanggung jawab platform digital terhadap konten iklan yang dibuat oleh pihak ketiga, sehingga konsumen berada pada posisi yang rentan. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa dan penegakan hukum yang ada masih terbatas dan belum mampu menjangkau praktik penipuan yang semakin beragam di media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen di era digital memerlukan pembaruan regulasi yang lebih tegas dan adaptif, serta peningkatan upaya edukasi agar masyarakat dapat lebih waspada terhadap potensi penipuan. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pentingnya kejelasan hukum dan perlindungan yang lebih kuat bagi konsumen agar mereka tidak terus-menerus menjadi korban dalam praktik bisnis digital yang berkembang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

Afif Muhtar, Alvin, and Miftakhul Rohman. "Media Dalam Kehidupan Masyarakat." *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 4, no. 3 (2023): 2976–2985.

Arief, M O H Zainol. "Perlindungan Konsumen Dari Iklan Sabun Yang Menyesatkan Konsumen" 6, no. April (2019): 39–46.

Eva Margareth Sarah, Niscaya Hia, Rolando Marpaung. "Penerapan Undang- Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Produk Kecantikan Yang Menyesatkan Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia)." *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial* 5, no. 1 (2023): 89–95.

Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia*. Edisi Khusus.

Surabaya: Penerbit Peradaban, 2007.

Ikhsani, Dio Viragus, and Diana Amir. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Zaaken: Journal of Civil and Business Law* 3, no. 1 (2022): 76–91.

Instagram, D I, I Made Budhi Aryateresna, and Ari Rahmad Hakim B F. "Jurnal Commerce Law LOSSES" 3, no. 1 (2023): 1–22.

Ismail, Abil Fida, and Widhi Cahyo Nugroho. "Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia Terkait Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Produk Rokok" 2, no. 4 (2024): 681–688.

Laila, Khotbatul. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Melanggar Tata Cara Periklanan." *Jurnal Cakrawala Hukum* 8, no. 1 (2017): 64–74.

Muntaqo, Rifqi. "Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Perkembangan Budaya Masyarakat." *Jurnal PPKM: Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat* (2017): 12–20.

Pranda, Christo Mario. "Tinjauan Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Di Indonesia Hukum Internasional Terkait." *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan* 7, no. 2 (2022): 1–17.

Putra Wibisono, Aldhy. "Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Dengan Endorsment Di Sosial Media." *Nco/s* (2020): 29–42.

Ranto, Roberto. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik." *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA* 2, no. 2 (2019): 145–164.

Vandora, Vintan Berliona, and Emiliani Nindy Diana Rusega Sim. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sintang Informasi Sebagai Media Promosi Online Di Kabupaten Sintang." *FOKUS : Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang* 22, no. 1 (2024): 92–103.

Wardani, Mutia Rahma, Joko Priyono, and Fifiana Wisnaeni. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Melalui Instagram." *Notarius* 13, no. 2 (2020): 848–864.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2013.