



**TikTok dan Perlindungan Hukum Pengguna: Sudahkah Dilakukan dengan Baik?
TikTok and User Legal Protection: Well Done?**

Raden Ajeng Nur Fachrani Diponegoro
202040100034

PROPOSAL SKRIPSI

**Program Studi
Fakultas
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Mei 2023**

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Judul : **TikTok dan Perlindungan Hukum Pengguna: Sudahkah Dilakukan dengan Baik?**

Nama Mahasiswa : Raden Ajeng Nur Fachrani Diponegoro

NIM : 202040100034

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Mochammad Tanzil Multazam, S.H., M.Kn.
NIDN.000000000

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Noor Fatimah Mediawati, S.H., M.H.
NIDN. 000000000

Tanggal Pengesahan
(HH/BB/TT)

DAFTAR ISI

A. Bagian Isi

1. Judul
2. Pendahuluan
3. Rumusan Masalah
4. Pertanyaan Penelitian
5. Kategori SDGs
6. Metode.....
7. Jadwal Penelitian.....
8. Refrensi

TikTok dan Perlindungan Hukum Pengguna: Sudahkah Dilakukan dengan Baik?

I. Pendahuluan

Laporan We Are Social, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2023 adalah 167 juta orang, yang setara dengan 60,4% populasi negara. Jumlah pengguna media sosial tahun lalu mencapai 191 juta orang, turun 12,57% pada Januari 2023. berdasarkan dataindonesia.id Indonesia menduduki urutan ke-10 dalam daftar sebagai negara terbanyak menggunakan media sosial dengan durasi 3 jam 16 menit per hari. Negara dengan urutan pertama terbanyak menggunakan media sosial yakni Filipina dengan 232 menit atau 3 jam 52 menit setiap hari. dengan maraknya pengguna media sosial Indonesia mendapatkan posisi kedua setelah Amerika Serikat sebagai pengguna Platform TikTok terbanyak didunia. Pengguna TikTok di Indonesia mencapai 109,9 juta pengguna. [1]

Platform TikTok memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek dengan mudah dan cepat. dengan maraknya pengguna media sosial ini tentunya menjadi dampak baik dan buruk dalam lingkungan. dampak baik dengan adanya platform TikTok ini dapat menjadikan inovasi baru serta wadah untuk penggunanya menjual dan mempromosikan produk.[2] Dengan bantuan media sosial, setiap individu juga dapat berkomunikasi dengan cepat kepada semua kalangan dan bertukar informasi. dengan adanya dampak baik tidak lepas dengan dampak buruk, maraknya pengguna media sosial TikTok menjadi salah satu bentuk kejahatan yang sering terjadi. kejahatan ini berupa pemalsuan identitas atau pemalsuan konten atau penjiplakan konten yang dimaksudkan untuk menipu atau menyesatkan pengguna lain. [3]

TikTok merupakan tempat dimana pelaku bisnis dan pemasar dapat memanfaatkannya sebagai media untuk mempromosikan produk. Kemudian hal yang menarik dari Media Sosial TikTok adalah Media Sosial TikTok telah digunakan sebagai sarana bisnis untuk memasarkan produk langsung ke konsumen. [4]Hal ini terjadi pada laman Tik-Tok Terdapat pemalsuan akun seorang selebgram yang bergerak dibidang fashion, pelaku merekam ulang siaran langsung selebgram tersebut untuk ditayangkan diakun pribadinya agar para pengikutnya mempercayai dan membeli beberapa produk yang dijualnya untuk memperdaya pengguna TikTok dan memperoleh keuntungan finansial atau popularitas yang tidak sah. bagi pengguna yang tidak jeli akan membeli produk tersebut. [5]

Kasus serupa di media sosial seperti Instagram, jika akun Instagram dibuat, ketika akan membuat akun di halaman penyelenggara Instagram, itu dapat diartikan sebagai penerimaan kontrak atau ketentuan.[6] Temuan menunjukkan bahwa UU Pengguna Media Sosial dan Perdagangan Elektronik No. 11 Tahun 2008 tidak efektif jika tidak efektif di Indonesia. Pasalnya, di Indonesia masih banyak pengguna media sosial yang melakukan aktivitas ilegal di media sosial karena tidak mengetahui UU ITE. Faktor-faktor yang mempengaruhi penyelenggaraan hukum adalah sifat hukum, hak hukum, tempat atau tempat, kondisi sosial dan hukum.[7]

Dengan mengutip beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas tentang sosial media dapat disimpulkan bahwa sosial media dapat membuat suatu perubahan perilaku dan kasus pemalsuan akun.

tak hanya pemalsuan akun di TikTok melainkan banyak kasus lainnya, keberadaan akun anonim dapat merugikan pihak yang bersangkutan terutama untuk para selebritis. [8] Kerugian yang ditimbulkan dapat berupa kerugian materiil ataupun kerugian immaterial. Selain merugikan sosial media juga dapat merubah Pola interaksi di mana remaja lebih merasakan mudah bertemu orang media sosial. Perubahan selanjutnya dalam cara orang membeli dan menjual secara online ada di jejaring sosial. Remaja lebih suka belanja online. Namun, tidak jarang terjadi penipuan transaksi online.[9]

Rumusan Masalah : Peranan Undang-Undang Perlindungan Pengguna Aplikasi TikTok

Pertanyaan Penelitian : Apakah TikTok bisa dimintai pertanggungjawaban jika terdapat tindakan merugikan yang dilakukan pengguna dengan menggunakan akun palsu?

Kategori SDGs : Pekerjaan yang layak dan pertemuan ekonomi

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis normatif yaitu menggunakan pendekatan perundang-undangan yakni menggunakan Undang-undang nomor 11 tahun 2008 yang bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan serta kebijakan terhadap tindakan pemalsuan akun sosial media TikTok. Penelitian ini menggunakan data primair yang meliputi undang-undang dan menggunakan data sekunder yang meliputi buku, jurnal, artikel online, kuisisioner, wawancara, responden dari masyarakat sekitar dan lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian sebagaimana bisa dilihat pada gambar 1.

No.	Tahapan dan Kegiatan Penelitian	Waktu (Bulan)					
		1	2	3	4	5	6
1	Persiapan Menyusun Proposal						
2	Pengumpulan Data Mengumpulkan Data Primair dan Sekunder						
3	Pengolahan dan Analisis Data						
4	Penyusunan Laporan						
5	Dan Lain-Lain						

Gambar 1. Jadwal Penelitian

Refrensi

- [1] D. Indonesia, “Daftar Negara Terbanyak Habiskan Waktu di Medsos, Ada Indonesia,” *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-negara-terbanyak-habiskan-waktu-di-medsos-ada-indonesia> (diakses 5 Mei 2023).
- [2] “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang | Adawiyah | Jurnal Komunikasi.” <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/7504/4963> (diakses 5 Mei 2023).

- [3] I. Psikologi *dkk.*, “PENGARUH MEDIA SOSIAL PADA PERUBAHAN PERILAKU REMAJA,” Des 2021.
- [4] T. Buana dan D. Maharani, “PENGUNAAN APLIKASI TIK TOK (VERSI TERBARU) DAN KREATIVITAS ANAK,” vol. 14, no. 1, 2020.
- [5] A. Yasir, E. Putri, dan B. Antoro, “SOSIALISASI DAMPAK DARI TEKNOLOGI INFORMASI DAN MEDIA SOSIAL,” *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, hlm. 147–154, Jul 2020, doi: 10.46576/rjpkm.v1i2.591.
- [6] hildawati hildawati, “HATERS di Instagram: Antara Meluapkan Kebencian dan Memeroleh Keuntungan,” *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, vol. 3, no. 1, hlm. 22–47, Jun 2018, doi: 10.31947/etnosia.v3i1.3608.
- [7] “23. Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Melalui Penggunaan Media Sosial.” <http://www.koleksiskripsi.com/2017/05/23-penegakan-hukum-terhadap-tindak.html> (diakses 3 Mei 2023).
- [8] I. Psikologi *dkk.*, “PENGARUH MEDIA SOSIAL PADA PERUBAHAN PERILAKU REMAJA,” Des 2021.
- [9] Y. Betaubun, *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia*. 2022. doi: 10.31219/osf.io/wxvpq.