

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Revolusi industri telah menjadi penanda perkembangan kehidupan manusia. Perubahan ini mendorong manusia untuk terus berinovasi, yang menghasilkan perkembangan dalam manufaktur, transportasi, teknologi, dan bidang lainnya. Proses globalisasi terjadi karena kehidupan manusia semakin berkembang, yang memungkinkan orang untuk berpindah dan bertukar data.

Integrasi internasional yang disebabkan oleh pertukaran pandangan global tentang produk, ide, teknologi, ilmu pengetahuan, dan elemen budaya lainnya dikenal sebagai globalisasi.¹ Internet, yang semakin populer sebagai "jaringan-jaringan" di seluruh dunia, adalah tanda dari proses globalisasi yang semakin meningkat seiring dengan penggunaan jaringan komputer menggunakan infrastruktur sistem telekomunikasi.² Hal ini membuat internet menjadi salah satu teknologi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk sistem informasi dan komunikasi.

Di Indonesia, penggunaan teknologi digital yang sangat besar telah memicu berbagai inovasi di berbagai bidang. Ini termasuk Anjungan Tunai Mandiri (ATM) bersama di bidang perbankan, Sistem Reservasi Computer

¹ Mudakir Iskandar Syah, *Hukum Bisnis Online Era Digital*, (Jakarta: Campustaka, 2018), hal. 57

² Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 4.

(CRS) di bidang penerbangan, dan *e-commerce* di bidang perdagangan.³ Meningkatnya jumlah toko online yang menjual berbagai produk mulai dari pakaian, sepatu hingga kosmetik memudahkan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Itu sebabnya para pedagang kini semakin gencar mempromosikan produk yang dipasarkannya. Inovasi juga dilakukan dalam hal teknik pemasaran yang digunakan: Dulu pemasaran dapat dilakukan secara digital di berbagai media sosial, antara lain Instagram, Facebook, YouTube, dan media sosial lainnya, dengan menggunakan media tradisional yaitu, televisi, majalah, atau papan reklame.

Pemasaran digital tidak hanya sekedar menarik pelanggan, tetapi juga mendekatkan perusahaan manufaktur dengan pelanggan. Pendekatan pemasaran dalam pemasaran digital tidak hanya sekedar memasarkan produk saja, namun menjangkau pelanggan melalui hubungan antara produsen dan konsumen sebelum dan sesudah pembelian produk.⁴

Proses pembelian dimulai dengan kesadaran konsumen akan kebutuhannya. Seorang konsumen yang tertarik pada suatu produk didorong untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk tersebut. Sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu sumber pribadi, sumber bisnis, sumber umum, dan sumber ahli. Sumber pribadi berasal dari keluarga, teman, tetangga atau kenalan. Sumber

³ *Ibid*, hal. 100.

⁴ Ita Nurhidayah, "Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran pada Usaha CV. Ratatia Indonesia Rumbai Ditinjau Menurut Ekonomi Islam", Skripsi, Sarjana Ekonomi Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020), hal. 7.

komersial berasal dari periklanan, penjual, distributor, paket atau operator. Sumber umum diperoleh melalui media dan organisasi konsumen serta sumber pengalaman dalam menangani, menguji atau menggunakan produk.⁵

Sebagai informasi, konsumen dapat mencari sumber pada bahan bacaan atau iklan yang dibuat oleh produsen, setelah itu dilakukan pemilihan merek. Penilaian konsumen dapat berupa penilaian terhadap suatu produk, dimana penilaian atau penilaian konsumen dapat mengembangkan kepercayaan terhadap suatu merek (*brand trust*) menjadi citra merek (*brand image*).⁶

Ketika konsumen ingin membeli suatu produk, konsumen memilih produk tersebut sesuai dengan jenis produk atau merek produk tersebut, dalam hal ini konsumen memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan dengan mencari informasi tersebut.⁷

Keputusan pembelian konsumen tidak lepas dari partisipasi influencer media sosial. Menurut Sugiharto, influencer adalah seseorang yang memiliki popularitas di kalangan pengikutnya yang banyak dan mampu membujuk pengikutnya secara lisan. Dengan jumlah pengikut yang banyak di media sosial dan juga dengan kemampuan untuk mendorong atau mempengaruhi pengikutnya untuk mencoba atau memperhatikan produk dan/atau jasa produsen dengan memberikan rating atau mengomentari rating produk dan/atau jasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa influencer mempunyai

⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Moto, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 16.

⁶ *Ibid*, hal.17.

⁷ Bob Sabran (Penerjemah), *Manajemen Pemasaran*, terjemahan dari Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2009), hal. 203.

pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu dengan menginformasikan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk dan membujuk konsumen dalam keputusan pembeliannya.⁸

Influencer dapat dikatakan juga sebagai seorang aktivis, yang terhubung dengan baik, berdampak, aktif pikiran, dan merupakan trendsetter bagi para pengikutnya.⁹ *Influencer* bisa berasal dari kalangan manapun dan dengan profesi apapun. Seseorang dapat dikatakan *Influencer* apabila dirinya memiliki jumlah pengikut dari ratusan ribu hingga jutaan pengikut dan juga pengakuan atau status sosial di media sosial. Berdasarkan jumlah pengikut dan status sosial mereka di media sosial, *Influencer* dibagi menjadi tiga kategori yang berbeda, yaitu pertama *mega influencer* atau selebriti *Influencer* terdiri dari para selebriti, aktris, aktor, atlet dan *public figure* lainnya, kedua *macro influencer* atau *opinion leader* terdiri dari seorang blogger atau jurnalis yang sudah memiliki kedekatan dengan para pengikutnya hasil dari sebuah karyanya di media sosial tersebut, terakhir *micro influencer* ini merupakan audiens kecil tetapi mampu menjalin komunikasi yang konsisten dengan para pengikutnya. Dari aktivitas inilah muncul fenomena *social media influencer*. Terkadang, hal tersebut membuat

⁸ Sugiharto, S.A. dan M. R. Ramadhana. Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Vol 8(2) (2018), hal. 3.

⁹ Sari Anjani, Irwansyah, "Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram)", Jurnal Ilmiah, Vol. 16 No. 2 (2020), hal. 208-211.

pengikutnya tidak memiliki batas antara kehidupan nyata dan kehidupan maya.¹⁰

Namun yang menjadi permasalahan saat ini belum ada pengaturan undang-undang mengenai *influencer* baik di Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan ataupun di undang-undang lainnya. Saat ini baru hanya terbentuk komunitas asosiasi yaitu Asosiasi Influencer Indonesia, yang didirikan oleh Wenny Fatma Triyanti pada tanggal 14 Februari 2020, dengan member sebanyak 600 yang bertujuan untuk membantu para Kreator Konten maupun *influencer* untuk menghasilkan karya positif kreatif yang menghasilkan secara finansial. Komunitas AII merupakan salah satu penggerak dan juga ikut berperan mendukung pemberdayaan UMKM dan *OL Shop* serta sektor ekonomi digital kreatif di Indonesia.¹¹

Menurut penulis, *influencer* termasuk profesi tenaga kerja di bidang jasa. Seorang *Influencer* adalah sosok yang memiliki pengaruh besar di media sosial dalam topik tertentu. Profesi *influencer* ini memiliki audiens yang beragam, loyal, kompleks, dan menarik perhatian merek (*brand*) atau perusahaan untuk bekerja sama dalam kampanye pemasaran. Profesi *influencer* bisa menjadi ahli dalam bidangnya dan membangun komunitas

¹⁰ Shalika Fajrin Triananda, "Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja", Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 5 No. 3 (2021), hal. 9108.

¹¹Redaksi Gresnews, "Wenny Fatma, Pendiri Komunitas Pemberdayaan Konten Kreator Melalui Instagram". <https://www.gresnews.com/berita/sosok/119157-wenny-fatma-pendiri-komunitas-pemberdayaan-konten-kreator-melalui-instagram/>, diakses pada 6 November 2023.

sosial yang kuat di dalam cakupannya.¹² Oleh karena itu, seorang influencer juga memiliki gaji atau pendapatan yang beragam, karena tidak ada ketentuan mengenai upah bagi seorang *influencer*.

Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan pada Bab I Pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Secara Umum tenaga kerja adalah individu yang sedang mencari atau sudah melakukan pekerjaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sudah memenuhi persyaratan ataupun batasan usia yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang yang bertujuan untuk memperoleh hasil atau upah untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Influencer merupakan tenaga kerja lepas. Secara umum, Peraturan Perundang-undangan pada bidang ketenagakerjaan berfungsi bagi seluruh pekerja tidak membedakan kedudukan, baik selaku pekerja tetap ataupun pekerja harian lepas. Fakta menunjukkan bahwa banyak sektor industri yang masih memperkerjakan pekerja harian lepas. Pekerja harian lepas belum menerima perlindungan yang memadai, sehingga diperlukan adanya suatu aturan yang memberikan perlindungan terhadap pekerja harian lepas. Pengertian pekerja harian lepas disebutkan dalam “Pasal 1 butir a Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor PER-06/MEN/1985 Tentang Perlindungan

¹² SAB Digital Marketing Agency, “Siapa Itu Influencer? Profesi, Gaji, dan Cara Menjadi Influencer”. <https://www.sab.id/siapa-itu-profesi-influencer-gaji-cara-menjadi/>, diakses pada 6 November 2023.

Pekerja Harian Lepas yaitu, pekerja harian lepas adalah pekerja yang bekerja pada pengusaha untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu dan dapat berubah-ubah dalam hal waktu maupun volume pekerjaan dengan menerima upah yang didasarkan atas kehadiran pekerja secara harian.”¹³

Pekerja harian lepas (PHL) ialah pekerja yang terikat oleh hubungan kerja mulai hari-kehari serta dibayar upahnya sebanding dengan jumlah hari serta waktu kerja, atau jumlah produk atau jenis pekerjaan yang dilakukan. Dikatakan pekerja harian lepas sebab orang bersangkutan tidak memiliki tanggung jawab terhadap masa kerja dan tidak memiliki kewenangan yang serupa dengan pekerja tetap. Secara umum, pekerja harian lepas merupakan pekerja yang melakukan pekerjaan yang sifatnya tidak berkelanjutan melainkan bersifat musiman.¹⁴

Pekerja harian lepas (PHL) adalah pekerja yang berprofesi dalam suatu perusahaan yang periode kerja dari profesi mereka tidak pasti, dalam hal ini pengusaha harus membentuk perjanjian kerja dengan tertulis kepada para pekerja atau buruh. Apabila pekerja harian lepas menghadapi suatu permasalahan dengan perusahaan yang menggunakan jasanya, maka dapat di selesaikan melalui 2 (dua) jalan yaitu, bipatride (pengusaha dan pekerja) atau tripatride (pengusaha, pekerja, dan dinas ketenagakerjaan). Masalah yang di hadapi pekerja harian lepas tidak lain adalah masalah upah yang diterimanya.

¹³ Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor PER-06/MEN/1985 Tentang Perlindungan Pekerja Harian Lepas, Pasal 1 butir a, Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor PER-06/MEN/1985 Tentang Perlindungan Pekerja Harian Lepas.

¹⁴ Djumadi, *Hukum Perburuhan Perjanjian Kerja*, (Jakarta Rajawali Pers, 2006), hal. 23.

Karena upah yang diberikan tidak diatur dalam perusahaan, melainkan hanya kesepakatan antara pekerja harian lepas dengan perusahaan.

Pada pekerja harian lepas penghasilan yang didapatkan tidaklah tetap, sebab pekerja atau buruh harian lepas tidak mempunyai gaji pokok. Dengan sistem seperti ini, hampir tidak ada pekerja atau buruh yang sudah mempunyai keluarga (pasangan dan anak) yang mempengaruhi garis kesejahteraan, maksudnya gaji yang didapatkan dari melakukan pekerjaan harian lepas ini tidak memadai dalam mencukupi semua keperluan sehari-hari, oleh karena itu, seluruh pekerja yang telah berkeluarga seringkali mencari pekerjaan paruh waktu atau memperbolehkan pasangan dan anaknya agar melakukan pekerjaan menjadi pekerja harian lepas.¹⁵

Benar disebutkan jika pekerja harian lepas itu berhak terhadap penghasilannya, akan tetapi fakta bahwa upah pekerja harian lepas tidak tetap jumlah upah yang diterima serta mereka tidak memiliki adanya jaminan dan tunjangan yang sama dengan yang di dapatkan oleh buruh atau pekerja tetap, jadi semakin memperkuat kesimpulan jika praktik penerapan akan terus berlanjut, hal ini sangat berlawanan bersama target dari pengembangan ketenagakerjaan yang dirancang oleh negara yang didirikan industri dan dibentuk guna mensejahterkan penduduk Indonesia. Kewenangan upah atas pekerja harian lepas juga merupakan hak asasi seorang pekerja harian lepas,

¹⁵ *Ibid.*

yang pengusaha harus memberikan hak tersebut sebanding terhadap beban kerja atau keharusan yang dipikul oleh pekerja harian lepas.¹⁶

Indonesia adalah negara hukum sebagaimana tertulis di dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945). Artinya segala tatanan dalam kehidupan berbangsa, bermasyarakat, dan bernegara harus dilandaskan dan dilindungi oleh hukum yang berlaku.¹⁷ UUD 1945 sebagai konstitusi tertinggi memiliki peran sentral sebagai hukum tertinggi yang mengatur seluruh aspek kehidupan masyarakat Indonesia.¹⁸ Di bawah payung UUD 1945, terdapat berbagai undang-undang lainnya yang mengatur berbagai aspek kehidupan dan pemerintahan di Indonesia, terutama terkait hak dan kewajiban subjek hukum di dalamnya. Misalnya Undang-Undang Perburuhan yang mengatur hubungan antara pekerja dan pengusaha, Undang-Undang Kesehatan yang mengatur sistem pelayanan kesehatan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang perlindungan hak-hak konsumen dalam berbagai transaksi, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, negara berkewajiban melindungi setiap warga negaranya, sebagaimana yang termaktub dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 (UUD 1945) alinea ke-4, yang mengindikasikan bahwa Indonesia wajib melindungi seluruh warga

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Detik Edu, “Bunyi dan Makna UUD 1945 Pasal 1 ayat (3), Kamu Tahu Nggak?”, [¹⁸ Universitas Islam An Nur Lampung, “Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai Konstitusi Negara”, <https://an-nur.ac.id/blog/undang-undang-dasar-negara-republik-indonesia-tahun-1945-sebagai-konstitusi-negara.html>, diakses pada 1 Oktober 2023.](https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5696012/bunyi-dan-makna-uud-1945-pasal-1-ayat-3-kamu-tahu-nggak#:~:text=UUD%201945%20pasal%201%20ayat%203%20berisikan%20soal%20negara%20Indonesia,dari%20situs%20Pengadilan%20Militer%20Balikpapan, diakses pada 30 September 2023.</p></div><div data-bbox=)

negaranya dalam hal apapun. Hal ini juga dipertegas dalam Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Negara Republik Indonesia yang menyebutkan bahwa: “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”. Pasal 27 ayat (2) UUD 1945 juga menjadi dasar yang mengatur perlindungan terhadap warga negara Indonesia, dimana pasal tersebut berbunyi: “Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”.

Oleh karena itu, dengan adanya komunitas AII, tentunya harus memberikan kepastian hukum dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pekerja *influencer*, padahal saat ini keberadaan *influencer* banyak sekali ditemukan. Kepastian hukum merupakan keadaan dimana perilaku manusia, baik individu, kelompok, maupun organisasi, terikat dan berada dalam koridor yang sudah digariskan oleh aturan hukum. Asas kepastian hukum diperlukan dalam terciptanya peraturan perundang-undangan karena kepastian hukum merupakan prinsip utama dari berbagai macam prinsip-prinsip supremasi hukum yang menurut M. Kordela “*The legal certainty as the superior principle of the system of formal principles of the rule of law justifies the legal validity of a defined group of values*”.¹⁹ Kemudian kepastian hukum menurut Maxeiner mempunyai dua fungsi yaitu menuntun masyarakat patuh pada hukum dan melindungi masyarakat terhadap perbuatan

¹⁹ Samudra Putra Indratanto, Nurainun, and Kristoforus Laga Kleden, “Asas Kepastian Hukum Dalam Implementasi Putusan Mahkamah Konstitusi Berbentuk Peraturan Lembaga Negara Dan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang,” *Jurnal Imu Hukum* 16, No. 1 (2020), hal. 88–100.

pemerintah yang sewenangwenang yang dapat menggunakan kekuatannya dalam membuat dan menegakkan aturan hukum.²⁰

Untuk menjamin kepastian hukum, setidaknya ada peraturan pelaksana di bawah undang-undang, seperti peraturan pelaksana yang mengatur tentang *influencer* dan asosiasi *influencer*, oleh karena jika membentuk undang-undang memerlukan proses yang sangat lama. Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas mengenai *influencer*, oleh karena itu judul skripsi ini adalah **“ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEKERJA INFLUENCER DALAM MELAKUKAN *REVIEW* PRODUK DI INDONESIA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana eksistensi pekerja *influencer* sebagai pekerja jasa di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum pekerja *influencer* dalam melakukan *review* produk di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan menganalisis data yang ada di tengah masyarakat dengan memiliki tujuan untuk mencapai hasil

²⁰ *Ibid.*

penyelesaian masalah. Tujuan dari penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan memahami eksistensi pekerja *influencer* sebagai pekerja jasa di Indonesia.
2. Untuk mengkaji dan memahami perlindungan hukum pekerja *influencer* dalam melakukan *review* produk di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu membuka pandangan baru terkait eksistensi pekerja *influencer* sebagai pekerja jasa di Indonesia serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pekerja jasa seperti *influencer*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi studi bagi masyarakat khususnya pekerja jasa seperti *influencer* dan perlindungan hukum perkerja jasa *influencer* dalam memberi *review* dalam bentuk konten edukasi suatu produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi disesuaikan dengan Sistematika Penulisan Hukum dan bentuknya disesuaikan dengan SOP Penulisan Tugas Akhir, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan penguraian alasan pemilihan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdiri atas tinjauan teoritis dan tinjauan konseptual. Tinjauan teoritis yaitu mengenai Teori Kepastian Hukum, dan Teori Perlindungan Hukum. Tinjauan konseptual adalah definisi operasional dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan jenis penelitian, data, perolehan data dan cara menganalisa yang penulis lakukan agar tujuan penelitian dapat tercapai. Teknik pengeumpulan dan sumber data yang penulis peroleh adalah berdasar dari jurnal, berita, penelitian secara langsung di tengah pengguna sosial media.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan hasil dari penelutuan serta hal yang telah dianalisis. Penelitian dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yaitu eksistensi *influencer* sebagai pekerja jasa di Indonesia dan perlindungan pekerja *influencer* dalam melakukan *review* produk di Indonesia.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang juga penutup dari Tesis yang berisi kesimpulan dan saran.

