

**ANALISIS YURIDIS PENERAPAN UNDANG-
UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG
INFORMASI TRANSAKSI ELEKTRONIK
TERHADAP PENCEMARAN NAMA BAIK PRODUK
DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI



**Oleh
Nyayu Siti Khodijah
140710031**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**ANALISIS YURIDIS PENERAPAN UNDANG-
UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG
INFORMASI TRANSAKSI ELEKTRONIK
TERHADAP PENCEMARAN NAMA BAIK PRODUK
DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Nyayu Siti Khodijah
140710031**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 01 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,

Nyayu Siti Khodijah

140710031

**Analisis Yuridis Penerapan Undang-Undang Nomor 19
Tahun 2016 Tentang Informasi Transaksi Elektronik
Terhadap Pencemaran Nama Baik Produk Di Media
Sosial**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Nyayu Siti Khodijah
140710031**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Batam, 15 Februari 2018**

**Padrisan Jamba, S.H., M.H.
Pembimbing**

ABSTRAK

Pengaturan pencemaran nama baik yang dilakukan dengan menggunakan sarana jejaring sosial dapat ditemukan dalam Pasal 27 ayat (3) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), namun pengertian dari pencemaran nama baik mengacu kepada pengertian pencemaran nama baik sebagaimana diatur dan dirumuskan dalam Pasal 310 KUHP dan Pasal 311 KUHP. Baru-baru ini muncul kejahatan yang terjadi dalam dunia maya, yaitu pencemaran nama baik yang ditujukan terhadap suatu produk, dan dilakukan pada jejaring sosial di media internet. Hal ini tentu saja menjadikan sebuah kajian yang menarik untuk diteliti mengingat suatu produk berdasarkan ketentuan hukum positif bukan merupakan subjek hukum pidana. Kajian yang dilakukan pada penelitian ini meliputi: Bagaimanakah kualifikasi pencemaran nama baik menurut ketentuan hukum positif di Indonesia? Dan Apakah Suatu Produk dapat menjadi objek dari pencemaran nama baik sehingga dapat dikatakan sebagai Tindak Pidana? Serta menggunakan Metode Penelitian Hukum Normatif dengan menitik beratkan kajian terhadap Pasal 27 ayat (3) UU-ITE dapatkah yang menjadi objek pencemaran nama baik sebagaimana diatur dalam pasal tersebut adalah “suatu Produk”. Pencemaran nama baik yaitu menyerang kehormatan dengan nama baik seseorang yang diserang itu biasanya merasa malu, kehormatan yang diserang disini hanya mengenai kehormatan tentang nama baik, bukan kehormatan dalam lapangan seksual, kehormatan yang dapat dicemarkan karena tersinggung anggota kemaluannya dalam lingkungan nafsu birahi kelamin. Perbuatan yang menyinggung kehormatan dalam lapangan seksual ini tidak termasuk dalam kejahatan penghinaan akan tetapi maksud kejahatan kesopanan atau kejahatan kesusilaan. Berkaitan dengan penghinaan yang ditujukan terhadap suatu Produk yang dilakukan menggunakan sarana internet, objek yang diserang oleh penghinaan (*beleediging*) itu adalah mengenai rasa, yaitu rasa harga diri atau martabat mengenai kehormatan atau nama baik orang. Rasa atau perasaan seperti itu hanya dimiliki oleh manusia, baik pribadi maupun bersifat sosial atau kelompok. Produk pada dasarnya tidak dapat menjadi objek penghinaan, karena produk tidak memiliki rasa atau perasaan.

Kata Kunci: *Produk, Pencemaran Nama Baik, Jejaring Sosial.*

ABSTRACT

Defamation arrangements conducted by means of social networking facilities can be found in Article 27 paragraph (3) of Law of the Republic of Indonesia Number 11 Year 2008 on Information and Electronic Transactions (UU-ITE), but the definition of defamation refers to the definition of defamation as regulated and formulated in Article 310 of the Criminal Code and Article 311 of the Criminal Code. Recently there is a crime that occurred in cyberspace, namely defamation directed against a product, and performed on social networking in the internet media. This of course makes an interesting study to be considered considering a product based on the provisions of positive law is not a subject of criminal law. Studies conducted in this study include: How is defamation in accordance with the provisions of positive law in Indonesia ? And whether the Product can be an object of humiliation of defamation so that it can be said as a Criminal Act? And using Normative Legal Research Methods with emphasis on the review of Article 27 paragraph (3) UU-ITE . Could it be that the object of defamation referred to in that article is "a Product". Defamation is to attack the honor of a person's good name of the person being attacked it usually feel ashamed, the honor of being attacked here is only about the honor of a good name, not honor in the sexual field, the honor can be defamed because of offended members of his cock in the environment of sexual desire. Offensive offenses in this sexual field are not included in the crime of contempt but the intention of crime of decency or crime of decency. In connection with defamation directed against a Product that is done using internet means objects that are attacked by beleediging are about taste, namely a sense of self-worth or dignity about the honor or reputation of the person. Such feelings or feelings only belong to humans, with personal or social or group nature. The product basically can not be an object of humiliation. because the product has no taste or feeling.

Keywords: *Product, Defamation, Social Networking.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Hukum Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI, selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Bapak Padrisan Jamba, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Strata 1 Ilmu Hukum Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
4. Segenap dosen Program Studi Ilmu Hukum dan Humaniora Universitas Putera Batam yang telah banyak membantu Penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;

5. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberi semangat, dukungan, bantuan, hingga pengorbanan dari awal perkuliahan sampai dengan menyelesaikan skripsi.
6. Santinawarti, yang selalu memberi semangat, dorongan, bantuan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Ilmu Hukum Universitas Putera Batam dari semester 1 hingga semester 7 tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan pembaca dan rekan-rekan mahasiswa.

Batam, 01 Februari 2018

Nyayu Siti Khodijah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAN	iii
HALAMAN PEGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	18
1.3. Batasan Masalah	19
1.4. Rumusan Masalah	19
1.5. Tujuan Penelitian	19
1.6. Manfaat Penelitian	20
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kerangka Teori	21
2.1.1. Teori Keadilan	22
2.1.2. Teori Kepastian Hukum	22
2.1.3. Pengertian Analisis Yuridis	26
2.1.4. Pencemaran Nama Baik	27
2.1.5. Produk	29
2.1.6. Media Sosial	30
2.2. Kerangka Yuridis	31
2.2.1. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana	32
2.2.2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	37
3.2. Metode Pengumpulan Data	38
3.2.1. Jenis Data	39
3.2.2. Alat Pengumpulan Data	41
3.3. Metode Analisis Data	42
3.4. Penelitian Terdahulu	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1. Kualifikasi Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Produk Berdasarkan Ketentuan Pasal 27 Ayat 3 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik	48
4.1.2 Subjek dan Objek Hukum Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Suatu Produk Dengan Menggunakan Sarana Media Sosial	58
4.2. Pembahasan	61
4.2.1. Landasan Historis Lahirnya Perubahan Pengaturan Pencemaran Nama Baik Dari Tindak Pidana Umum Menjadi Tindak Pidana Khusus	61
4.2.2. Pertanggungjawaban Pidana Pencemaran Nama Baik Suatu Produk Dengan Menggunakan Sarana Media Sosial	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	75
5.2. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian