

## ABSTRAK

Internet menjadi bagian terpenting dalam kehidupan masyarakat, dalam perdagangan, jual beli, bersosial, berita, dan bertukar informasi atau lainnya. Penggunaan internet telah mengubah pandangan manusia dalam kegiatan bisnis, industri, dan transportasi. Kegiatan tersebut yang awalnya dilakukan secara fisik kini bergeser menjadi *e-commerce*. Dalam hal bersosial masyarakat sering menggunakan media sosial untuk mengetahui berita-berita terbaru dan mendapatkan referensi. Dengan menggunakan media sosial, konsumen dapat menyalurkan pendapat, kritik dan saran mereka terhadap produk barang ataupun jasa yang dikonsumsi kepada pelaku usaha dalam berbagai bentuk. Salah satunya berupa *review* (tinjauan) produk barang ataupun jasa yang dituangkan melalui foto atau video. Sistem *review online* yang memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memberikan ulasan dan opini tentang sebuah produk atau jasa, mengakibatkan calon konsumen lain memiliki informasi yang cukup sebelum memilih produk. Namun ada beberapa pelaku usaha yang menganggap negatif kegiatan *review* tersebut. Banyak konsumen yang terlibat kasus hukum karena dinilai melanggar Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu mencemarkan nama baik perusahaan.

Tujuan dilakukannya studi ini adalah untuk menganalisis bahwa *review* merupakan salah satu media penyampaian pendapat dan keluhan konsumen dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan *review* produk barang atau jasa di media sosial, serta apa saja kendala konsumen dalam melakukan *review* terhadap suatu produk barang ataupun jasa yang baik di media sosial dan solusinya. Melalui penelitian hukum normatif dengan menggunakan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif dan menggunakan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, berupa Perundang-Undangan dan berbagai literatur yang bersangkutan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *review* merupakan media yang efisien untuk menuangkan pendapat, kritik dan saran konsumen dari penggunaan produk barang atau jasa yang dibatasi oleh dan berdasarkan Undang-Undang dengan memperhatikan norma dan penghormatan terhadap hak orang lain. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan ialah Pasal 4 huruf c dan huruf d UU PK, Pasal 28 ayat 1 UU ITE, Pasal 23 ayat (2) UU HAM, dan Pasal 19 ayat (2) Kovenan Hak Sipil Dan Politik. Kendala konsumen dalam melakukan *review* yaitu; Kebebasan pelaku usaha menuntut balik konsumen dengan pencemaran nama baik, inkonsistensi perlindungan hukum bagi konsumen, dan suburnya kejahatan konsumen. Solusi untuk konsumen yang memberikan kritik dan saran atau *me-review* produk barang atau jasa yaitu dalam menyampaikan *review* harus dibatasi oleh dan berdasarkan Undang-Undang yaitu Pasal 28 J ayat (2) UUD 1945, Pasal 23 ayat (2) UU HAM, dan Pasal 73 UU HAM, serta dengan memperhatikan norma, etika dan penghormatan terhadap hak orang lain.

**Kata kunci :** Internet, Konsumen, *Review*, Media Sosial, Informasi dan Transaksi Elektronik .

## **ABSTRACT**

*The internet is the most important part of people's lives, in commerce, buying and selling, social, news, and exchanging information or other things. The use of the internet has changed human outlook in business, industry and transportation activities. The activity which was originally carried out physically has now shifted to e-commerce. When it comes to social, people often use social media to find out the latest news and get references. By using social media, consumers can channel their opinions, criticisms and suggestions on the products or services they consume to businesses in various forms. One of them is in the form of a review (review) of goods or service products as outlined through photos or videos. An online review system that gives consumers the freedom to provide reviews and opinions about a product or service, resulting in consumers having enough information before choosing a product. However, there are some business actors who negatively consider the review activities. Many consumers are involved in legal cases because they are considered to violate the Information and Electronic Transactions Law, which is to defame a company.*

*The purpose of this study is to analyze that review is one of the media to express opinions and complaints of consumers and how the legal protection of consumers who review products or services on social media, as well as what are the obstacles of consumers in conducting a review of a product or service product both on social media and the solution. Through normative legal research using descriptive research specifications and using primary, secondary and tertiary legal materials, in the form of legislation and various related literature. The results of this study indicate that the review is an efficient medium for expressing the opinions, criticisms and suggestions of consumers from the use of goods or services that are limited by and based on the Act by paying attention to norms and respect for the rights of others. The form of legal protection provided is Article 4 letter c and letter d of the PK Law, Article 28 paragraph 1 of the ITE Law, Article 23 paragraph (2) of the Human Rights Law, and Article 19 paragraph (2) of the Covenant on Civil and Political Rights. Consumer constraints in conducting a review namely; The freedom of business actors demands consumers back with defamation, inconsistency of legal protection for consumers, and the proliferation of consumer crimes. Solutions for consumers who provide criticism and suggestions or review products or services, namely in submitting a review must be limited by and based on the Law, namely Article 28 J paragraph (2) of the 1945 Constitution, Article 23 paragraph (2) of the Human Rights Law, and Article 73 of the Human Rights Law, and with due regard to norms, ethics and respect for the rights of others.*

**Keywords:** *Internet, Consumer, Review, Social Media, Information and Electronic Transactions.*