

Pelindungan konsumen terhadap iklan ulasan palsu oleh Buzzer di media sosial: Perbandingan regulasi di Indonesia dengan Inggris = Consumer protection against fake review advertisements by Buzzers on social media: A Comparison of Indonesian and British regulations

Eileen Monica, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920565839&lokasi=lokal>

Abstrak

Pelaku usaha menggunakan berbagai cara dalam mempromosikan produknya. Salah satu cara yang digunakan adalah menyewa jasa buzzer untuk menulis ulasan palsu di media sosial agar produk janama menjadi bahan perbincangan dan dikenal lebih luas. Unggahan ulasan palsu oleh buzzer dilakukan berulang-ulang dengan narasi yang mirip dan secara massal oleh akun bot atau anonim. Buzzer bertindak seolah seperti konsumen yang telah mencoba produk dan memberikan rekomendasi produk kepada pengguna lainnya. Strategi pemasaran ini mendorong konsumen untuk membeli produk janama, karena konsumen pada umumnya menggunakan informasi dari Word of Mouth sebagai bahan pertimbangan dalam bertransaksi. Penggunaan informasi dari ulasan palsu menimbulkan risiko kerugian bagi konsumen. Sebab, informasi tersebut dapat tidak benar, tidak jujur, dan tidak lengkap. Konsumen yang membuat keputusan berdasarkan informasi dengan karakteristik tersebut berpotensi mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan apa yang diiklankan. Pada praktiknya, sulit bagi konsumen untuk dapat membedakan ulasan yang ditulis oleh buzzer dengan yang ditulis oleh konsumen asli berdasarkan pengalaman yang nyata. Meskipun demikian, di Indonesia masih belum terdapat regulasi spesifik mengenai tindakan menulis dan menyuruh orang lain untuk menulis ulasan palsu sebagai upaya pemasaran. Sementara itu, Inggris memiliki regulasi yang spesifik mengatur mengenai tindakan menulis dan menyuruh orang lain untuk menulis ulasan palsu. Melalui penelitian doktrinal yang dilakukan pada tulisan ini, diketahui bahwa jika dibandingkan dengan Inggris regulasi di Indonesia mengenai permasalahan penulisan ulasan palsu oleh buzzer belum dapat sepenuhnya memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan menegakkan hak-hak konsumen, terutama dalam memperoleh pertanggungjawaban jika terjadi kerugian. Oleh karena itu, demi menjamin perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen diperlukan regulasi yang lebih spesifik dan khusus.

.....Companies use various ways to promote their products. One of the methods used is to hire a buzzer to write fake reviews on social media so that the brand's products become the subject of conversation and are more widely known. Uploading fake reviews by buzzers is done repeatedly with similar narratives and en masse by bot or anonymous accounts. Buzzers act like consumers who have tried the product and provide product recommendations to other users. This marketing strategy encourages consumers to buy products from brands, as consumers generally use information from Word of Mouth as a material consideration in transactions. The use of information from fake reviews poses a risk of harm to consumers. This is because the information can be untrue, dishonest and incomplete. Consumers who make decisions based on information with these characteristics have the potential to get products that are not as advertised. In practice, it is difficult for consumers to distinguish reviews written by buzzers from those written by real consumers based on real experiences. However, in Indonesia there are still no specific regulations regarding the act of writing and instructing others to write fake reviews as a marketing effort. Meanwhile, the England has specific regulations governing the act of writing and instructing others to write fake reviews. Through

doctrinal research conducted in this paper, it is found that when compared to England, the regulations in Indonesia regarding the issue of writing fake reviews by buzzers have not been able to fully provide legal certainty for consumers and uphold consumer rights, especially in obtaining liability in the event of a loss. Therefore, in order to ensure protection and legal certainty for consumers, more specific and specialized regulations are needed.