

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi telah mengakibatkan beragamnya fasilitas telekomunikasi dan canggihnya produk teknologi informasi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi. Di tengah globalisasi komunikasi yang semakin terpadu (*global communication network*) ini, internet menjadi populer dan membuat dunia semakin menciut (*shrinking the world*) sekaligus memudahkan batas negara berikut kedaulatan dan tatanan masyarakatnya.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi informasi yang berlangsung sangat pesat tersebut telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi, sadar atau tidak telah memberikan dampak terhadap perkembangan hukum, ekonomi, sosial, budaya dan politik. Hal ini merupakan tantangan sekaligus peluang yang harus dihadapi. Di bidang perekonomian, perkembangan teknologi informasi telah melahirkan model transaksi baru dalam dunia perdagangan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merembaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan melakukan perdagangan dengan mulai mencoba menawarkan berbagai macam

---

<sup>2</sup>Arsyad Sanusi, “Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)” *Jurnal Hukum Bisnis*, 29 (1), 2010, hal. 5

produknya menggunakan media internet. Salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu produk. Suatu produk yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola transaksi perdagangan, salah satunya melalui marketplace. Marketplace sebagai salah satu bentuk e-commerce kini menjadi platform yang sangat diminati oleh masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli dalam perdagangan modern, memungkinkan konsumen dan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan mudah. Namun, kemudahan ini sering kali disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan pemberitahuan berita bohong atau informasi menyesatkan, demi meraih keuntungan pribadi.

Praktik penyebaran informasi bohong atau informasi menyesatkan di marketplace sering kali berkaitan dengan deskripsi produk yang tidak sesuai, klaim manfaat yang tidak terbukti, penipuan harga (diskon palsu), dan ulasan produk yang dimanipulasi. Hal ini berdampak negatif, baik secara ekonomi maupun psikologis, terhadap konsumen yang merasa dirugikan setelah membeli produk atau jasa berdasarkan informasi yang tidak benar. Praktik semacam ini juga menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap ekosistem marketplace yang sedang berkembang.

Saat ini, hukum Indonesia telah mengatur transaksi perdagangan dalam bentuk transaksi elektronik dalam sebuah undang-undang yaitu

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat UU ITE). Undang-undang ini mengatur berbagai hal yang berkenaan dengan informasi dan transaksi elektronik, yang mencakup segi administrasi, perdata, dan pidana. Jadi undang-undang ini berkenaan dengan berbagai aspek hukum, termasuk aspek hukum pidana. Dari segi pidana, UU ITE ini mengancamkan pidana terhadap penyalahgunaan ITE, seperti antara lain Setiap Orang yang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen.<sup>3</sup>

UU No. 1 Tahun 2024 hadir menggantikan sebagian ketentuan lama dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), dan memberikan landasan hukum baru yang lebih relevan terhadap konteks digital. Pasal-pasal dalam UU ini memberikan wewenang kepada aparat hukum untuk menindak penyebar hoaks yang terbukti merugikan publik atau mengganggu ketertiban umum, termasuk di ruang perdagangan daring. Penegakan hukum ini tentu harus sejalan dengan upaya pencegahan melalui edukasi dan pengawasan konten digital.

Namun demikian, dari perspektif hukum Islam, perbuatan menyebarkan berita palsu atau hoaks sejatinya telah lama dilarang. Islam memberikan perhatian besar terhadap kejujuran, amanah, dan prinsip

---

<sup>3</sup> Undang - undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

tabayyun dalam menyampaikan informasi. Dalam Al-Qur'an, penyebaran informasi bohong dikaitkan dengan dosa besar karena merusak tatanan sosial dan membahayakan sesama. Ayat-ayat seperti QS. Al-Hujurat ayat 6 dan QS. An-Nur ayat 15 menjadi landasan utama larangan hoaks dalam Islam.

Ketika hukum positif berbicara dalam bingkai sanksi pidana, hukum Islam menawarkan pendekatan moral dan spiritual yang lebih luas. Penyebar hoaks dianggap telah melanggar prinsip al-amanah, yang merupakan kewajiban etis setiap Muslim dalam menjaga lisan dan tanggung jawab komunikasi. Dalam konteks marketplace, penjual atau konsumen yang menyebar hoaks berarti melanggar prinsip keadilan dan kejujuran yang menjadi dasar transaksi muamalah dalam Islam.

Penelitian ini menjadi relevan dalam rangka membangun sinergi antara hukum negara dan nilai-nilai Islam dalam mengatur kehidupan digital masyarakat. Marketplace yang menjadi tempat transaksi ekonomi umat Islam seharusnya dikelola tidak hanya dengan prinsip profit, tetapi juga aman dari kejahatan informasi. Oleh karena itu, penegakan hukum terhadap hoaks di marketplace harus dilihat sebagai bagian dari perlindungan maqashid syariah—menjaga akal, harta, dan keadilan dalam masyarakat.

Selain itu, literasi digital dalam masyarakat Muslim juga harus diperkuat agar mereka mampu membedakan antara informasi yang benar dan palsu. Peran ulama, ormas Islam, dan lembaga pendidikan sangat vital

dalam memberikan edukasi berbasis nilai-nilai Islam, sehingga regulasi negara dan norma agama berjalan seiring dalam menghadapi tantangan penyebaran hoaks.

Oleh karena itu, dalam penelitian skripsi ini dengan judul “ **Implementasi Undang - Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Penyebaran Berita Hoax Pada Marketplace Dalam Perspektif Hukum Islam** ” dilakukan untuk mengkaji bagaimana Implementasi UU Nomor 1 tahun 2024 , serta pandangan hukum islam tersebut dalam mencegah penyebaran berita hoax marketplace.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana implementasi UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang penyebaran berita hoax pada marketplace?
2. Bagaimana penyebaran berita hoax pada marketplace dari pandangan Hukum Islam ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui implementasi UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang penyebaran berita hoax pada marketplace
2. Untuk mengetahui pandangan dari hukum Islam mengenai penyebaran berita hoax pada marketplace

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1) Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penulis berharap agar penulisan ini dapat memberikan pengetahuan di dalam bidang hukum yang khususnya berkaitan dalam memahami sejauh mana UU ITE mencegah praktik penyebaran berita hoax pada marketplace

### **2) Manfaat Praktis**

Secara praktis dari penulisan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah, pelaku usaha, dan penyedia marketplace untuk meningkatkan pengawasan dan kepatuhan terhadap regulasi yang ada, serta memberikan edukasi kepada konsumen agar lebih kritis dan paham terhadap hak-hak mereka.

## **E. Penegasan Istilah**

### **a. Implementasi**

Secara etimologis, istilah “implementasi” berasal dari bahasa Inggris *implementation*, yang berarti pelaksanaan, penerapan, atau tindakan nyata dalam mewujudkan sesuatu. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau perwujudan dari rencana, kebijakan, atau keputusan ke dalam tindakan nyata dan terstruktur. Dalam konteks hukum,

implementasi berarti proses konkret dalam menerapkan isi dari suatu peraturan atau undang-undang ke dalam kehidupan masyarakat.

Dalam teori kebijakan publik, implementasi merupakan fase lanjutan dari proses perumusan kebijakan. George C. Edwards III menyebutkan bahwa implementasi mencakup empat faktor utama: komunikasi, sumber daya, disposisi atau sikap pelaksana, dan struktur birokrasi.

Jika salah satu unsur tersebut lemah, maka kebijakan yang bagus di atas kertas bisa gagal dalam pelaksanaan. Dengan kata lain, implementasi bukan hanya soal niat, tetapi soal sistem, aktor, dan mekanisme yang bekerja secara sinergis.<sup>4</sup> Di era digital, implementasi hukum menghadapi tantangan baru. Teknologi berkembang sangat cepat, sedangkan penegakan hukum sering tertinggal.

Penyebaran hoaks melalui media sosial atau marketplace menuntut aparat hukum untuk memahami cara kerja algoritma, sistem pelaporan digital, serta metode pelacakan akun anonim. Maka, implementasi di era ini tidak bisa dilakukan secara konvensional. Diperlukan pendekatan teknologi, literasi digital, dan kerja sama

---

<sup>4</sup>Edwards III, G. C. (1980). *Implementing Public Policy*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.

lintas sektor.

### **b. Undang - Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik**

Undang - Undang ini merupakan perubahan kedua atas Undang - Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang - Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. UU ini adalah peraturan yang mengatur berbagai aspek terkait penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik. Pemerintah mengesahkan Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) digunakan dan dimanfaatkan untuk menjaga, memelihara, dan memperkuat persatuan dan kesatuan Indonesia, secara aman dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia.<sup>5</sup>

### **c. Penyebaran Berita Hoax**

Berita bohong atau informasi menyesatkan adalah informasi yang tidak benar, dibuat dan disebarakan dengan tujuan untuk menipu, menyesatkan, atau mempengaruhi opini publik secara negatif. Informasi ini bisa berupa hoaks, disinformasi, atau misinformasi, yang dapat menyebabkan kebingungan, kepanikan, atau bahkan konflik sosial.

---

<sup>5</sup> Suyanto Sidik, Dampak Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Terhadap Perubahan Hukum Dan Sosial Dalam Masyarakat, *Jurnal Ilmiah WIDYA*. Volume 1 Nomor 1 Mei-Juni 2013.

Hanya saja, dengan mencermati secara jernih dari makna yang terdapat dalam peristilahan tersebut, sebagai suatu tindak perbuatan maka potensial mengakibatkan pelanggaran terhadap kepentingan hukum berupa: kepentingan hukum perseorangan, dan kepentingan hukum kolektif (masyarakat atau negara). Memang untuk saat ini, penyebaran berita hoax didominasi dengan menggunakan instrumen media elektronik. Kendatipun tidak menutup kemungkinan dapat saja menggunakan media cetak. Berita bohong biasanya memiliki beberapa ciri khas, di antaranya:

- 1) Sumber tidak jelas : Tidak mencantumkan sumber resmi atau berasal dari situs yang tidak kredibel.
- 2) Judul sensasional atau provokatif : Menggunakan kata-kata yang membangkitkan emosi seperti “heboh “mencengangkan,” atau “bocoran rahasia.”
- 3) Tidak memiliki data atau bukti yang valid : Tidak mencantumkan kutipan dari ahli atau sumber terpercaya.
- 4) Manipulasi gambar atau video : Menggunakan gambar yang telah diedit atau diambil dari kejadian lain yang tidak terkait.
- 5) Dibagikan secara masif dan cepat : Sering kali viral di media sosial tanpa ada verifikasi dari sumber resmi.

Berita bohong seringkali menyebar dengan cepat di media sosial karena sifatnya yang sensasional dan menarik perhatian. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk selalu melakukan verifikasi fakta sebelum mempercayai atau membagikan sebuah informasi.

#### **d. Marketplace**

Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi.<sup>6</sup> Penjual tidak perlu bersusah payah dan kebingungan jika ingin berjualan online, karena marketplace sudah menyediakan tempat untuk berjualan online.

Hanya diperlukan pendaftaran saja untuk memulai berjualan. Semua proses sudah ditanggung oleh tim marketplace. Penjual hanya perlu meningkatkan pelayanan dan promo. Kemungkinan barang terjual lebih banyak, karena di situ tempat bergabung banyaknya para penjual dan pembeli. Salah satu marketplace yang sedang naik daun saat ini adalah tiktok&shopee.

---

<sup>6</sup>Asril Sitompul, *Hukum Internet Pengenalan*, Op. Cit hal 8

TikTok Shop adalah fitur e-commerce dalam aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk secara langsung melalui platform tersebut. Diluncurkan secara resmi pada September 2023, TikTok Shop memungkinkan pengguna untuk mengunggah produk mereka, yang kemudian dapat ditemukan dan dibeli oleh pengguna lain. Fitur ini mengintegrasikan pengalaman berbelanja dengan konten video, memungkinkan transaksi terjadi selama siaran langsung atau melalui video yang diunggah.

Sedangkan Shopee adalah platform e-commerce yang berfokus pada pasar Asia Tenggara dan Taiwan. Diluncurkan pada tahun 2015, Shopee menyediakan platform bagi individu dan bisnis untuk membeli dan menjual berbagai produk secara online. Shopee menawarkan berbagai fitur seperti pengiriman gratis, berbagai metode pembayaran, dan promosi menarik untuk meningkatkan pengalaman berbelanja pengguna. Perbedaan utama antara TikTok Shop dan Shopee terletak pada asal-usul dan fokus utama mereka. TikTok Shop berasal dari platform media sosial yang berfokus pada konten video pendek, sementara Shopee adalah platform e-commerce tradisional yang dirancang khusus untuk transaksi jual beli online.

TikTok Shop menggabungkan elemen hiburan dan belanja, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten dan melakukan pembelian secara impulsif selama menonton video atau siaran langsung. Di sisi lain, pengguna biasanya mengunjungi Shopee

dengan niat utama untuk berbelanja, mencari produk tertentu, dan memanfaatkan berbagai promosi yang ditawarkan. Kedua platform menawarkan pengalaman berbelanja online yang berbeda, dengan TikTok Shop yang mengintegrasikan hiburan dan interaksi sosial, sementara Shopee berfokus pada pengalaman belanja yang lebih tradisional dengan berbagai fitur e-commerce yang komprehensif.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Secara umum pembahasan skripsi ini dapat tersusun rapi dan sistematis, maka perlu disusun adanya sistematika pembahasan, Penulisan skripsi nantinya akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, pada bab ini berisi tentang Latar Belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

**Bab II Tinjauan Pustaka**, pada bab ini berisi tentang kajian pustaka, kajian teori, dan penelitian terdahulu.

**Bab III Metode Penelitian**, ini memiliki ketentuan berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis bahan hukum

**Bab IV Hasil**, berisi tentang paparan data dan temuan penelitian yang telah diperoleh dari penelitian yang dilakukan secara langsung Terkait Implementasi Undang - undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Penyebaran

Berita Hoax pada Marketplace Dalam Perspektif Hukum Islam.

**Bab V Pembahasan,** bab ini akan membahas mengenai pembahasan atau analisis data nantinya data yang telah didapatkan dimana akan dibagi dalam bentuk sub-bab terkait hasil penelitian.

**Bab VI Penutup,** pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang berkaitan dengan Implementasi Undang - undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Penyebaran Berita Hoax pada Marketplace Dalam Perspektif Hukum Islam, kemudian juga mencakup saran yang diberikan oleh peneliti.