

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP *BLACK CAMPAIGN* YANG DILAKUKAN
OLEH *BRAND* CARASUN KEPADA *BRAND* SKIN GAME MELALUI MEDIA
SOSIAL**

Skripsi

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada
Program Studi Hukum



Diajukan oleh:

ANINDYA GITA WARASTRI

NIM: 20.C1.0104

Kepada

PROGRAM STUDI HUKUM

FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2025

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP *BLACK CAMPAIGN* YANG DILAKUKAN
OLEH *BRAND* CARASUN KEPADA *BRAND* SKIN GAME MELALUI MEDIA
SOSIAL

Skripsi

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada
Program Studi Hukum

Disusun oleh:

ANINDYA GITA WARASTRI

NIM: 20.C1.0104

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. A. Joko Purwoko, S.H., M.Hum.

NPP: 05811993138

Kepada

PROGRAM STUDI HUKUM

FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2025

ABSTRAK

Hukum bisnis di era digital ini, banyak membuat pelaku usaha menggunakan sosial media menjadi sarana promosi dalam usahanya. Hal tersebut menyebabkan banyak terjadi praktik *black campaign*. Di Indonesia sudah terdapat tiga peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai *black campaign*, namun belum terdapat instrumen hukum khusus yang mengatur. Untuk menjaga kepastian hukum, maka diperlukan sebuah instrumen hukum yang secara khusus mengatur *black campaign*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai pengaturan yang berkaitan dengan praktik *black campaign* dalam hukum positif Indonesia dan juga melakukan tinjauan yuridis terhadap kasus praktik *black campaign* oleh *brand* Carasun berdasarkan tiga perspektif hukum. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis yakni metode pendekatan yuridis normatif dengan menggunakan Teknik pengumpulan data studi pustaka lalu dilakukan analisis secara kualitatif terhadap setiap peraturan perundang-undangan yang berkaitan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Indonesia belum memiliki instrumen hukum yang secara khusus mengatur mengenai praktik *black campaign*. Namun, beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia telah memiliki ketentuan yang berkaitan dengan praktik *black campaign* oleh *brand* Carasun. Ketentuan hukum yang berlaku ialah Pasal 19 huruf a, b, dan c serta Pasal 24 UU Anti Monopoli, Pasal 27A dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dan juga Pasal 9 ayat (1) huruf i UUPK. Dengan begitu, praktik *black campaign* oleh Carasun terhadap Skin game memenuhi unsur dan ketentuan dalam ketiga perspektif hukum tersebut serta dapat dikenakan sanksi baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Dengan demikian, pemerintah perlu membuat sebuah instrumen hukum yang secara khusus mengatur mengenai *black campaign* untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan bagi pelaku usaha serta konsumen di era digital.

Kata Kunci: *Black Campaign*, Persaingan Usaha Tidak Sehat, Informasi dan Transaksi Elektronik, Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

In the digital business era, many entrepreneurs use social media as a means of promoting their products and services. This trend has led to the rise of *black campaign* practices. In Indonesia, there are already three legal instruments that regulate matters related to *black campaign*, yet no specific regulation directly addresses this issue. To ensure legal certainty, it is necessary to establish a specific legal instrument governing *black campaign* practices.

This research aims to analyze the existing regulations related to *black campaign* practices within Indonesian positive law and to conduct a juridical review of the *black campaign* case by the Carasun brand from three legal perspectives. The research employs a normative juridical approach with data collected through literature study, followed by qualitative analysis of relevant laws and regulations.

The results show that Indonesia currently lacks a specific legal instrument that directly regulates *black campaign* practices. However, several existing laws contain provisions relevant to the *black campaign* committed by Carasun, namely Article 19 (a), (b), and (c) and Article 24 of the Anti-Monopoly Law; Articles 27A and 28 paragraph (1) of the Electronic Information and Transactions (ITE) Law; and Article 9 paragraph (1)(i) of the Consumer Protection Law. Thus, Carasun's *black campaign* against Skin Game fulfills the elements and provisions under these three legal perspectives and may be subject to both administrative and criminal sanctions. Therefore, it is necessary for the government to establish a specific legal instrument that regulates *black campaign* practices to provide legal certainty and protection for both business actors and consumers in the digital era.

Keywords: Black Campaign, Unfair Business Competition, Electronic Information and Transactions, Consumer Protection.