

Limitasi Penerapan Doktrin *Safe Harbor* terhadap Platform Berbasis *User-Generated Content* atas Pelanggaran Data Pribadi

Rahandy Rizki Prananda¹, Fauzi Rohmat²

^{1,2}Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Semarang, Indonesia

*rahandy.lawundip@gmail.com

ABSTRACT; *Digital Platform at the core of the development of digital infrastructure in various types of services. User Generated Content is one form of services provided by the digital platform. User Generated Content-based service is a service where the content in the service is produced by the public which is generally distributed on the Internet, although only in the form of comments. Content in User Generated Content based services may contain violations of personal data. Responsibility for this content becomes an important issue in the matter of protecting personal data. This research was conducted using normative research methods. The results of this study indicate that there is a need for protection of user generated content-based platforms in the event of a violation of personal data by users. Such protection can only be provided to platforms that have taken the initial action. In the event that the platform does not take initial action, the platform can share responsibility for losses arising from the owner of personal data.*

Keyword: Personal Data Protection, Privacy, User Generated Content

ABSTRAK; *Digital Platform* menjadi inti dari perkembangan infrastruktur digital dalam berbagai jenis pelayanan. *User Generated Content* merupakan salah satu bentuk dari pelayanan yang diberikan oleh *digital platform*. Layanan berbasis *User Generated Content* merupakan sebuah layanan yang mana konten dalam layanan tersebut diproduksi oleh publik yang pada umumnya didistribusikan di Internet, walaupun hanya berbentuk komentar. Konten dalam layanan berbasis *User Generated Content* dapat memuat pelanggaran atas data pribadi. Pertanggungjawaban atas konten tersebut menjadi sebuah isu penting dalam masalah perlindungan data pribadi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian normatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlu adanya perlindungan terhadap *platform* berbasis *user generated content* dalam hal terjadinya pelanggaran data pribadi yang dilakukan penggunanya. Perlindungan tersebut hanya dapat diberikan terhadap *platform* yang telah melakukan tindakan permulaan. Dalam hal *platform* tidak melakukan tindakan permulaan maka *platform* tersebut dapat ikut bertanggungjawab atas kerugian yang timbul dari pemilik data pribadi.

Kata Kunci: Perlindungan Data Pribadi, Privasi, User Generated Content

PENDAHULUAN

Pemanfaatan internet dalam berbagai aktivitas kehidupan masyarakat tidak dapat dihindarkan pada era revolusi industri 4.0. Perkembangan penggunaan internet yang pesat telah memberikan dampak sangat besar terhadap perubahan kegiatan bisnis. Perkembangan tersebut memunculkan berbagai macam inovasi-inovasi yang dapat menunjang perkembangan ekonomi. Lahirnya ekonomi digital merupakan salah satu dampak internet terhadap sector ekonomi. Ekonomi digital berkembang seiring penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang juga semakin mengglobal di dunia.

Penelitian *PriceWaterhouse Coopers* menunjukkan bahwa perusahaan besar yang bergerak dalam bidang teknologi telah merubah lanskap bisnis global. Data *PriceWaterhouse Coopers* tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat 5 (lima) perusahaan yang bergerak di bidang teknologi menjadi 10 (sepuluh) besar perusahaan dengan nilai kapitalisasi terbesar. Perusahaan tersebut terdiri dari Apple, Microsoft, Alphabet (induk perusahaan Google.Inc), Facebook dan Tencent sebagaimana dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1 Daftar 10 (sepuluh) Besar Perusahaan Berdasarkan Nilai Kapitalisasi (Market Capitalization) Per 30 Juni 2020

No	Perusahaan	Industri	Nilai Kapitalisasi
1	Saudi Arabian Oil	Minyak dan gas	1.741
2	Apple	Teknologi	1.568
3	Microsoft	Teknologi	1.505
4	Amazon.com	Pelayanan konsumen	1.337
5	Alphabet	Teknologi	953
6	Facebook	Teknologi	629
7	Tencent	Teknologi	599
8	Alibaba	Pelayanan konsumen	577
9	Berkshire Hathaway	Keuangan	430
10	Visa	Keuangan	372

Sumber: PricewaterhouseCoopers, 2020, Global Top 100 Companies by Market Capitalization: 30 June 2020

Technology Consulting Research and Training (TRPC) mendefinisikan ekonomi digital sebagai “a range of economic and social activities that rely upon or use IP-enabled networks and platforms as part of the embedded infrastructure of society”¹. Perkembangan ekonomi digital tersebut sangat dipengaruhi oleh perkembangan *digital platform* yang sangat pesat. *Digital platform* memiliki suatu model bisnis baru yang sangat bergantung pada pengumpulan data (*data mining*). Dalam ekonomi digital banyaknya produk/jasa yang ditawarkan secara *free of charge*, sebagai gantinya konsumen “membayar” dengan data. Data yang dikumpulkan oleh *digital platform* akan diolah oleh algoritma untuk menghasilkan suatu keputusan berdasarkan data tersebut. Data telah menjadi aset penting dalam perkembangan bisnis dan teknologi. Pentingnya data dalam perkembangan ekonomi digital menjadikan isu perlindungan data pribadi sebagai salah satu isu penting.

Digital Platform menjadi inti dari perkembangan infrastruktur digital dalam berbagai jenis pelayanan. *User Generated Content* merupakan salah satu bentuk dari pelayanan yang diberikan oleh *digital platform*. Layanan berbasis *User Generated Content* merupakan sebuah layanan yang mana konten dalam layanan tersebut diproduksi oleh publik yang pada umumnya didistribusikan di Internet, walaupun hanya berbentuk komentar.² Publik yang memproduksi konten tersebut dapat disebut sebagai pengguna dalam *User Generated Content*. *Konten yang dibuat oleh pengguna pada umumnya dapat berbentuk opini dan fakta, kesan dan sentimen pribadi, pengalaman hingga rumor.*³

Alex Bruns mendefinisikan *User Generated Content* sebagai media dan konten kreatif yang yang mana kontennya sepenuhnya diciptakan oleh pengguna (*user*) atau setidaknya sebagian besar diciptakan oleh *pengguna (user)* yang bukan berasal dari profesional dalam lingkungan kerja konvensional.⁴ *Usenet* dan *Prodigy* tercatat sebagai awal dari bentuk *User Generated Content* dalam era digital. Kedua aplikasi tersebut memberikan fasilitas bagi pengguna untuk berdiskusi dan saling memberikan komentar. *User Generated Content* merupakan salah bentuk pelayanan dalam *digital platform* yang berkembang sangat pesat di dunia. Media Sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook adalah salah satu bentuk platform *User Generated Content* yang berkembang sangat pesat di dunia. Di Indonesia berdasarkan penelitian Hootsuite menunjukkan bahwa terdapat kurang lebih 160.000.000 (seratus enam puluh juta) pengguna media sosial di Indonesia.⁵

Perkembangan *platform* berbasis *User Generated Content* memberikan berbagai dampak bagi kehidupan masyarakat. *User Generated Content* memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai fitur yang disediakan atau manfaat yang terdapat dalam internet. *User Generated Content* dalam bidang *E-Commerce* misalnya mempermudah pedagang untuk menjual barangnya kepada konsumen, di sisi lain konsumen juga telah dipermudah dalam mencari barang yang diinginkannya dari berbagai pedagang. Sementara itu, *User Generated Content* yang berupa Media Sosial dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan sebuah produk. Penelitian Desi Rubyanti dan Irwansyah menunjukkan

¹ TRPC, 2015, *Going Digital: The Status and Future Potential of Internet-Based Economies in Asia*, Singapura: TRPC, hlm. 3

² Daugherty, T., Eastin, M. S., & Bright, L. (2008). *Exploring Consumer Motivations for Creating UserGenerated Content*. *Journal of Interactive Advertising*, Volume 8, Nomor 2, hal 16

³ Ribka Elisabeth dan Ruth Mei Ulina Malai, (2020) *Pengelolaan User-Generated Content Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun Instagram @thehousetourhotel*, e-Proceeding of Management : Volume 7, Nomor 1, hal 1806

⁴ Alex Bruns, (2016). *User-Generated Content*. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1–5. doi:10.1002/9781118766804.wbiect085 diakses pada 18 Maret 2021 Pukul 17.25 WIB

⁵ <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> diakses pada 26 Februari 2021 Pukul 15.50 WIB

bahwa penggunaan *User Generated Content* dapat sangat berguna bagi para pelaku industri yang memiliki biaya terbatas dalam promosi untuk menjangkau pengguna dengan berbagai latar belakang.⁶

Perkembangan *platform* berbasis *User Generated Content* tidak hanya memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat. *User Generated Content* dapat memberikan pula dampak negatif bagi kehidupan masyarakat. Karakter *User Generated Content* yang kontennya berasal dari publik mengakibatkan sulitnya memastikan konten tersebut tidak bertentangan dengan hukum. *User Generated Content* dapat mempermudah tersebarnya informasi yang memiliki muatan penipuan terhadap masyarakat. Tersebar nya konten yang melanggar hak atas data pribadi seseorang merupakan salah satu bentuk pelanggaran yang mungkin terjadi dalam *platform* berbasis *User Generated Content*.

Data pribadi merupakan komponen penting bagi kebebasan dan harga diri individu.⁷ Perlindungan atas data pribadi menjadi bagian dari hak asasi manusia. Perlindungan data pribadi berhubungan dengan konsep privasi. Konsep privasi sendiri adalah gagasan untuk menjaga integritas dan martabat pribadi.⁸ Perlindungan atas data pribadi terdapat dalam Pasal 28G ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI Tahun 1945) sebagai bagian dari perlindungan diri pribadi. Hak privasi juga merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang memegang informasi tentang mereka dan bagaimana informasi tersebut digunakan. Dalam *User Generated Content* sulit untuk melakukan pengendalian terhadap tersebarnya data pribadi seseorang tanpa persetujuan pemilik data pribadi yang bersangkutan. Data pribadi yang tersebar dalam media digital cenderung untuk tersimpan dalam waktu yang tak terbatas. Hal tersebut mengingatk kemampuan dari internet dalam hal menyimpan dan mencari yang nyaris tak terbatas.

Pelaksanaan perlindungan data pribadi menjadi tantangan sendiri dalam *platform* berbasis *User Generated Content*, mengingat konten dalam *platform* tersebut berasal dari publik dan bukan berasal dari *platform* bersangkutan. Perlu adanya pengaturan mengenai bagaimana pertanggungjawaban *platform* berbasis *User Generated Content* dalam pelaksanaan perlindungan data pribadi. Hingga saat ini pengaturan mengenai pertanggungjawaban *User Generated Content* terbatas mengenai *User Generated Content* dalam bidang perdagangan (*e-commerce*). Pengaturan tersebut terdapat dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 (selanjutnya disebut dengan SE Menkominfo No.5/2016) Tentang Batasan Dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content* dalam regulasi tersebut. Pola pengaturan dalam SE Menkominfo No.5/2016 menggunakan *model safe harbor policy* yang memberikan pemisahan batasan tanggung jawab antara penyelenggara platform digital dalam *User Generated Content* dan pengguna layanan platform digital.

Meskipun dalam doktrin *safe harbor policy* telah mengatur pembatasan bagi platform digital dalam mengambil, menyimpan, mengolah dan penggunaan data pribadi dalam sistemnya, serta limitasi tanggungjawabnya. Dalam praktik, akuntabilitas pengawasan Pemerintah terhadap penggunaan dan pemanfaatan data pribadi pengguna dalam platform *User Generated Content* perlu ditentukan secara jelas terutama batasan kerugian yang dijadikan dasar pembebanan atau pelepasan tanggung jawab hukumnya.

⁶ Desi Rubyanti dan Irwansyah, (2020), *Peran User Generated Content (UGC) Instagram Pada Industri Makanan*, Jurnal Ilmu Komunikasi Mediamakom, Volume 4, Nomor 1, hal. 20.

⁷ Sinta Dewi Rosadi, 2015, *Cyber Law: Aspek Data Pribadi Menurut Hukum Inetrnasional, Regional dan Nasional*, Bandung: Refika Aditama. hlm 9

⁸ Wahyudi Djafar dan Asep Komarudin, 2014, *Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci*, Jakarta: Elsam, hlm. 2

Sejumlah penelitian sebelumnya yang membahas isu Safe Harbor Policy ,namun memiliki focus kajian yang berbeda diantaranya: Penelitian yang dilakukan oleh Mega Junia Erliyandi dkk tentang Analisis Pengaturan Safe Harbor dalam Peraturan Pemerintah No.80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui system elektornik terkait tanggung jawab *marketplace* sebagai penyelenggara system elektronik atas pelanggaran Hak Cipta.⁹Kemudian kajian mengenai Tanggung Jawab Platform *Marketplace* terhadap penjuala ponsel ilegal berdasarkan Hukum Nasional oleh Alifia Jasmine, Prita Amalia dkk.¹⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji respons rezim hukum perlindungan data pribadi nasional dalam memberikan perlindungan dan batasan tanggung jawab terhadap platform bilamana terjadi pelanggaran data pribadi pengguna. Kemudian paper ini akan menganalisa sejauh mana *existing* regulasi memberikan limitasi penerapan doktrin *safe harbor policy* terhadap suatu platform digital dalam hal terjadinya pelanggaran data pribadi oleh pengguna.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini merupakan pendekatan Yuridis-Normatif. Pendekatan yuridis normatif merupakan suatu penelitian yang berusaha menyinkronkan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku dengan norma-norma atau peraturan-peraturan hukum lainnya, serta kaitannya dalam penerapan peraturan-peraturan hukum itu pada praktik nyatanya di lapangan.¹¹ Pendekatan yuridis adalah pendekatan yang memandang hukum sebagai doktrin atau seperangkat aturan yang bersifat normatif. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka maupun data sekunder terhadap asas-asas hukum serta studi kasus yang berhubungan dengan penelitian ini atau dengan kata lain penelitian ini sering disebut sebagai penelitian hukum kepustakaan.¹² Penelitian ini menggunakan data sekunder sesuai dengan metode pendekatan yang digunakan. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah teknik pengumpulan data yang berupa studi pustaka/dokumen. Studi pustaka/dokumen adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelusuri, memeriksa dan mengkaji data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya objek penelitian, melainkan diperoleh dari sumber lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Bagi Platform dari Pelanggaran Data Pribadi

Perlindungan data pribadi merupakan bagian penting dari hak privasi. Hak privasi merupakan kemampuan seseorang individu untuk menentukan siapa yang memegang informasi tentang mereka dan bagaimana informasi tersebut digunakan. Data pribadi merupakan komponen penting bagi kebebasan dan harga diri individu. Titik tolaknya terletak pada izin dari pemilik data untuk membagi atau bertukar informasi terkait privasi individu yang bersangkutan (pengguna). Pemilik data juga mempunyai hak dalam menetapkan syarat pertukaran maupun pemindahan data yang mengandung privasi

⁹ Mega Junia Erliyandi dkk, (2021), Analisis Pengaturan Safe Harbor dalam Peraturan Pemerintah No.80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui system elektornik terkait tanggung jawab *marketplace* sebagai penyelenggara system elektronik atas pelanggaran Hak Cipta. Brawijaya Law Student Jurnal, April 2021.

¹⁰ Alifia Jasmine, Prita Amalia dkk, (2022),Tanggung Jawab Platform *Marketplace* terhadap penjuala ponsel ilegal berdasarkan Hukum Nasional. Jurnal Masalah-Masalah Hukum Volume 51, Nomor 4, Oktober 2022.

¹¹ Burhan Ashofa, 2001, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, hlm15

¹² Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali, hlm 15.

tersebut. Berdasarkan Kamus besar Bahasa Indonesia, pengertian Data diartikan sebagai keterangan yang benar dan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian. Sedangkan pribadi didefinisikan sebagai individu atau perseorangan, maka definisi Data pribadi dapat diartikan sebagai data pribadi milik individu yang berupa keterangan yang benar dan nyata sebagai manusia.

Hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) memiliki kaitan erat dengan perlindungan data pribadi. Kemunculan hak untuk dilupakan tidak dapat dilepaskan dari permasalahan era digital yang mana memiliki waktu penyimpanan yang cenderung tidak terbatas atau fenomena *problem of digital eternity*.

Keberadaan hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) memungkinkan pemilik data pribadi untuk memiliki hak untuk menghapus informasi mengenai dirinya yang tersebar di Internet, yang mana informasi tersebut memiliki resiko untuk mengancam privasinya. Andres Guadamuz menilai bahwa awal mula hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) berawal dari konsep *self-governance* dan *self-organized* yang dapat ditemukan dalam penelitian Niklas Luhmann mengenai sistem yang berbentuk *self-organized* rezim hukum dan sosial. Konsep tersebut diimplementasikan pertama kali dalam hukum Jerman yang dikenal dengan *information self-determination*.¹³

Keberadaan hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) menjadi perdebatan karena dinilai bertentangan dengan kebebasan berekspresi di Indonesia. Kebebasan berekspresi merupakan hak asasi manusia yang di Indonesia diakui dalam Pasal 28F UUD NRI 1945. Pasal 28F UUD NRI 1945 menyebutkan ““Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) terdapat dalam Article 17 General Data Protection (GDPR). Ketentuan dala Article 17 GDPR mengakomodir keberadaan *right to be forgotten* atau sering juga disebut *right to be erasure*. Article 17 GDPR memberikan hak kepada pemilik data untuk menghapus data miliknya dari pemegang data, dengan kata lain pemegang data memiliki kewajiban untuk menghapus data pribadi tersebut tanpa adanya penundaan.

Hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) di Indonesia diatur dalam Pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 UU ITE. Pengaturan mengenai hak untuk dilupakan juga dapat ditemukan dalam Pasal 20 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik (Permenkominfo Nomor 20 Tahun 2016). Ketentuan dalam Pasal 20 Permenkominfo Nomor 20 Tahun 2016 memungkinkan adanya permintaan dari pemilik data pribadi untuk dilakukan penghapusan. Keberadaan hak untuk meminta adanya penghapusan tersebut merupakan hak pemilik data pribadi yang juga disebutkan dalam Pasal 26 huruf e Permenkominfo Nomor 20 Tahun 2016.

Ketentuan yang mengatur mengenai penghapusan data pribadi dalam media digital di Indonesia dinilai telah melanggar hak atas kebebasan berekspresi. Hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) dinilai sebagai sebuah sarana untuk melakukan penyensoran konten yang terdapat di Internet. Menurut Lyndsay Cook keberadaan hak untuk dilupakan menjadi sebuah solusi untuk seseorang yang informasi pribadinya yang dinilai berbahaya atau memalukan telah tersebar di Internet. Hak untuk dilupakan dapat memberikan

¹³ Andres Guadamuz, 2017, *Developing a Right to be Forgotten*, EU: Internet Law Regulation and Enforcement, hal 2.

sebuah perubahan yang positif dalam perkembangan *cyberlaw*, mengingat hak untuk dilupakan dapat menyeimbangkan kebebasan berekspresi dengan privasi di era digital.¹⁴

Permasalahan mengenai hak untuk dilupakan di Indonesia salah satunya datang karena tidak terdapatnya kriteria dalam melakukan penghapusan data pribadi dalam sistem elektronik. UU ITE dan Permekominfo Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur mengenai hak untuk dilupakan hanya memberikan hak untuk dilupakan tanpa mengatur kriteria tertentu mengenai pelaksanaan hak untuk dilupakan tersebut. Pengaturan mengenai hak untuk dilupakan tersebut dapat dibandingkan dengan Article 17 GDPR yang mengatur secara jelas mengenai kriteria dalam pelaksanaan hak untuk dilupakan. Article 17 GDPR mengatur mengenai 6 (enam) kriteria dalam pelaksanaan hak untuk dilupakan sebagai berikut:

1. Data pribadi yang bersangkutan tidak lagi diperlukan sehubungan dengan alasan data tersebut dikumpulkan.
2. Pemilik data pribadi menarik persetujuannya dalam hal data tersebut diperoleh berdasarkan persetujuan pemilik data pribadi serta tidak terdapat alasan hukum lain untuk mengolah data tersebut.
3. Pemilik data pribadi mengajukan keberatan berdasarkan hak mengajukan keberatan yang terdapat dalam Article 21(1) GDPR serta tidak terdapat alasan hukum lain yang membenarkan dan Article 21(2) GDPR.
4. Data pribadi yang bersangkutan telah diolah dengan cara yang bertentangan dengan hukum.
5. Data pribadi yang bersangkutan harus dihapus sesuai dengan ketentuan hukum di Uni Eropa atau Negara Anggota Uni Eropa yang mana pemilik data pribadi tersebut berada.
6. Data pribadi tersebut dikumpulkan sehubungan dengan "*information society service*" bagi anak di bawah 16 (enam belas) tahun sebagaimana disebutkan dalam Article 8(1) GDPR.

Pasal 26 ayat (2) UU ITE memungkinkan pemilik data pribadi selain dapat menggunakan hak untuk dilupakan dapat juga memperoleh ganti rugi dalam hal tersebarnya data pribadi miliknya tanpa izin. Keberadaan *platform* berbasis *user generated content* menjadi tantangan tersendiri dalam penerapan ketentuan ganti rugi tersebut. Tantangan tersebut mengingat konten yang terdapat dalam *platform* berbasis *user generated content* berasal dari publik sebagai pengguna dan bukan berasal dari pihak profesional yang dibayar oleh *platform*. Hal tersebut menjadi permasalahan dalam hal sejauh mana pertanggungjawaban *platform* berbasis *user generated content* terkait pembayaran ganti kerugian dalam hal tersebarnya data pribadi yang bertentangan dengan hukum.

Safe harbor merupakan konsep yang dapat digunakan dalam memberikan perlindungan hukum bagi *platform* berbasis *user generated content*. Konsep *safe harbor* dapat diartikan sebagai perlindungan hukum yang diberikan bagi pihak yang telah melakukan tindakan permulaan yang memenuhi ketentuan dalam *safe harbor* dilindungi dari kesalahan yang dilakukan pihak lain.¹⁵ Penerapan *safe harbor* dalam sistem hukum dapat ditemukan SE Kominfo Nomor 5 Tahun 2016 yang mengatur mengenai *safe harbor* dalam *e-commerce*. Surat edaran tersebut mengatur mengenai Batasan kewajiban dan tanggung jawab *platform* berbasis *user generated content* dan pedagang (*merchant*). Hingga saat ini

¹⁴ Lyndsay Cook. 2015. The Right to be Forgotten: A Step in The Right to Direction for Cyberspace Law and Policy. *Journal of Law, Technology & The Internet*. Volume 6, hlm. 121-122.

¹⁵ Alina Trapova dan Maria Lilla Montagnani, 2018, Safe Harbours in Deep Waters: A New Emerging Liability Regime for Internet Intermediaries in the Digital Single Market, *International Journal of Law and Information Technology*, Volume 26, Issue 4, hlm 294.

masih belum terdapat pengaturan mengenai *safe harbor* secara umum dalam *platform* berbasis *user generated content*.

Perlindungan hukum bagi *platform* berbasis *user generated content* dalam pelaksanaan hak untuk dilupakan dapat dilihat dalam Putusan Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst antara Iming Maknawan Tesalonika, S.H., M.M., M.CL. sebagai Penggugat melawan 5 (lima) Tergugat. Perkara tersebut muncul dikarenakan terbitnya berita berjudul "*Advokat Iming Maknawan Tesalonika Belum Kena Batunya*". Berita tersebut terbit di website Infobreakingnews.com pada tanggal 13 Juli 2017 pada Pukul 09.42 WIB. Penggugat menduga artikel berita tersebut ditulis oleh Emil Foster Simatupang yang juga merupakan pemimpin perusahaan Infobreakingnews.com. Permasalahan muncul Ketika berita tersebut digunakan sebagai alat bukti oleh Hartono Tanuwidjaya, S.H., M.Si. dalam perkara perdata Nomor 296/Pdt-G/2016/PN.JKT.PST. Tindakan tersebut mengakibatkan Iming Maknawan Tesalonika, S.H., M.M., M.CL. sebagai Penggugat merasa dirugikan dan mengajukan gugatan pada tanggal 27 Oktober 2017 yang didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Penggugat dalam Perkara Perdata Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst ikut menarik PT Google Indonesia yang merupakan bagian dari perusahaan Google, Inc di Amerika. Google, Inc merupakan perusahaan yang melaksanakan layanan mesin pencari (*search engine*) www.google.com yang merupakan mesin pencari (*search engine*) yang sering digunakan di Indonesia. Selain layanan mesin pencari (*search engine*) Google, Inc juga menyediakan layanan *user generated content* berupa layanan blogger yaitu blogspot. Penggugat dalam perkara tersebut menggunakan hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) sebagaimana yang diatur dalam Pasal 26 ayat (3) UU ITE.

Penggugat dalam gugatannya memohonkan kepada Majelis Hakim untuk menetapkan agar dokumen elektronik yang penggugat nilai telah mencemari nama baiknya tersebut untuk dilakukan penghapusan. Penggugat juga meminta agar PT Google Indonesia selaku Tergugat untuk ikut membayar kerugian sebesar 30% (tiga puluh persen) dari total kerugian penggugat.

PT Google Indonesia dalam jawabannya berpendapat bahwa pihaknya bukanlah pihak yang bertanggung jawab atas konten yang menjadi permasalahan tersebut. PT Google Indonesia berpendapat bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan pengguna. Pendapat tersebut didasari oleh Pasal 15 ayat (2) dan (3) UU ITE. PT Google Indonesia menyatakan bahwa tidak dapat bertanggungjawabnya mereka dalam perkara ini telah terdapat dalam sistem hukum Indonesia. PT Google Indonesia mengambil contoh dalam perlindungan hukum yang diberikan dalam penyedia *platform* berbasis *user generated content* dalam bidang perdagangan yang terdapat dalam SE Kominfo Nomor 5 Tahun 2016. Surat edaran tersebut menjelaskan bahwa *platform* tidak dapat dipersalahkan atas tindakan pengguna *platform*.

Majelis Hakim dalam Putusan Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst memberikan pertimbangan bahwa PT Google Indonesia tidak bertanggung jawab atas tersebarnya artikel yang menjadi permasalahan dalam perkara ini. Penyelenggara layanan internet dalam layanan *user generated content* bukan sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap keberadaan konten. Pengguna merupakan pihak yang menyediakan konten dalam *platform* berbasis *user generated content*. Hal tersebut menjadikan PT Google Indonesia tidak dapat dimintai pertanggungjawabannya atas keberadaan konten tersebut. Pertimbangan tersebut secara lebih lengkap dapat dilihat dari pertimbangan Majelis Hakim dalam Putusan Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst sebagai berikut:

"Menimbang, bahwa karena Tergugat IV bukan penyelenggara sistim elektronik atas layanan google dan bukan penyedia mesin pencari dan tidak memiliki, menguasai dan mengoperasikan layanan internet dan layanan google, maka tentunya Tergugat

IV tidak dapat mengendalikan dan mengakses server layanan google tersebut, selain itu dapat diaksesnya publikasi-publikasi itu karena diunggah di media internet oleh penulisnya/pengguna jasa layanan internet tanpa harus menggunakan search engine, fakta tersebut dikaitkan dengan pendapat ahli yang mengatakan perbuatan membuat dapat diaksesnya publikasi-publikasi adalah tindakan yang dilakukan oleh pengguna jasa internet bukan pihak penyelenggara sistim elektronik/platform provider. dengan demikian maka Tergugat IV tidak dapat dibebani tanggung jawab atas tulisan yang dipublikasi di web Infobrekingnews.com.yang dapat diakses publik dan Tergugat IV tidak dapat dikatakan melakukan perbuatan melawan hukum;”

Putusan tersebut menunjukkan bahwa walaupun tidak terdapat pengaturan yang mengatur secara spesifik mengenai perlindungan hukum terhadap *platform* berbasis *user generated content* dalam pelaksanaan hak untuk dilupakan di Indonesia. Namun, secara praktek telah terdapat perlindungan bagi *user generated content* sebagaimana dapat dilihat dalam pertimbangan Majelis Hakim perkara Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst.

Pembatasan dalam Perlindungan Hukum Bagi Platform dari Pelanggaran Data Pribadi

Safe harbor tidak menjadikan *platform* berbasis *user generated content* untuk sepenuhnya terbebas dari tanggung jawab atas konten yang terdapat dalam *platform*-nya. Konsep *safe harbor* hanya dapat diberikan bagi pihak yang telah melakukan tindakan permulaan yang memenuhi ketentuan dalam *safe harbor*. *Platform* tetap memiliki kewajiban dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan untuk memperoleh perlindungan hukum tersebut. Pembatasan tersebut dapat dilihat dari aturan *safe harbor* dalam SE Kominfo Nomor 5 Tahun 2016. Surat edaran tersebut mengatur aturan-aturan mengenai kewajiban yang dapat dikategorikan sebagai tindakan permulaan sebagai berikut:

1. *Platform* memiliki kewajiban untuk membuat syarat dan ketentuan (*term and conditions*) yang tersaji dalam *platform*-nya.
2. *Platform* wajib untuk menyediakan sarana pelaporan sebagai tempat untuk menyampaikan aduan dalam hal terdapat konten yang dilarang dalam *platform*-nya.
3. *Platform* wajib untuk menindaklanjuti aduan atau laporan terkait konten dalam *platform*-nya.
4. *Platform* memiliki kewajiban untuk memperhatikan jangka waktu terkait penghapusan maupun pemblokiran konten yang dilarang.
5. *Platform* harus secara aktif melakukan evaluasi serta pengawasan terhadap kegiatan penyelenggaraan perdagangan dalam *platform*-nya.
6. *Platform* wajib mematuhi kewajiban lain yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan.

Platform yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut tentunya tidak dapat memperoleh perlindungan hukum dalam konsep *safe harbor* karena tidak dilaksanakannya tindakan permulaan tersebut. Berkaitan dengan perlindungan data pribadi hingga saat ini masih belum terdapat ketentuan mengenai adanya tindakan permulaan tersebut. Pemerintah perlu untuk menciptakan pembatasan tersebut untuk memberikan kepastian bagi pengguna dan *platform* dalam menjalankan kegiatannya. Pembatasan tersebut perlu untuk memuat hal-hal yang fundamental dalam memberikan perlindungan bagi pihak yang dirugikan dalam hal terjadinya pelanggaran atas perlindungan data pribadi.

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong *Digital Platform* menjadi “*regulator*” dalam *platform* tersebut. Syarat dan ketentuan (*term and condition*) sebagai aturan dalam

platform akan sangat mempengaruhi interaksi yang terjadi dalam *platform* tersebut.¹⁶ *Platform* berbasis *user generated content* wajib memberikan aturan yang melarang pengguna untuk mempublikasikan konten yang melanggar privasi seseorang dalam *platform*-nya. Ketentuan tersebut dapat dilihat misalnya dalam syarat dan ketentuan media sosial Twitter yang berbunyi sebagai berikut¹⁷:

“You may not publish or post other people's private information (such as home phone number and address) without their express authorization and permission. We also prohibit threatening to expose private information or incentivizing others to do so.”

Syarat dan ketentuan yang telah *platform* rancang perlu untuk dipastikan bahwa syarat dan ketentuan tersebut dilaksanakan dalam *platform* yang bersangkutan. *Platform* harus menciptakan suatu mekanisme pengawasan yang dapat memastikan tidak terdapat pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan tersebut. Pada umumnya, *platform* banyak menggunakan pengaduan dari pengguna sebagai mekanisme pengawasan. Mekanisme tersebut dapat juga dilihat dalam *platform* Twitter dimana pengguna dapat mengajukan laporan kepada *platform* dalam hal terdapat konten yang melanggar privasinya.

Pembatasan perlindungan hukum dalam *platform* berbasis *user generated content* dapat ditemukan dalam perkara Google Belgium vs The Belgian Data Protection Agency (DPA). Perkara tersebut muncul dikarenakan adanya keberatan dari warga belgia yang merupakan seorang CEO yang memiliki sejarah keterlibatan dalam partai politik. Keberatan tersebut muncul dikarenakan google sebagai *search engine* melakukan penolakan terhadap permintaannya untuk melakukan penghapusan terhadap hasil pencarian yang menurutnya merugikan. Terdapat 12 (dua belas) hasil pencarian yang secara umum terdiri dari¹⁸:

1. Hasil pencarian yang menyebutkan dirinya telah dituduh melakukan kekerasan yang terjadi lebih dari 10 (sepuluh) tahun yang lalu, yang mana tuduhan tersebut tidak terbukti menurut pengadilan dikarenakan tidak cukupnya bukti.
2. Hasil pencarian yang menyatakan dirinya terafiliasi dengan partai politik yang telah dibantahnya. Informasi mengenai pandangan politik merupakan informasi yang dapat dikategorikan sebagai informasi yang sensitif sehingga memerlukan perlindungan hukum yang tinggi sebagaimana diatur dalam Article 9 GDPR.

Belgian DPA berpendapat dalam perkara tersebut bahwa dikarenakan data mengenai tuduhan kekerasan tersebut telah dinyatakan tidak terbukti dikarenakan tidak cukupnya alat bukti telah menjadikan informasi tersebut dapat dikategorikan tidak relevan.¹⁹ Informasi yang tidak relevan menjadikan informasi tersebut tidak menjadi pengecualian dengan hak kebebasan berpendapat. Tindakan Google yang menolak untuk melakukan penghapusan dapat dikategorikan sebagai sebuah tindakan yang lalai dikarenakan permohonan penghapusan tersebut telah melanggar ketentuan dalam Article 17 dan Article 6 GDPR. Pelanggaran atas kedua ketentuan tersebut mengakibatkan Google harus membayar denda sebesar 500.000 EUR (lima ratus ribu euro). Google juga dinilai telah melanggar ketentuan dalam Article 12 GDPR dikarenakan penolakan yang

¹⁶ Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, Commission ‘Competition Law 4.0’, A new competition framework for the digital economy, (Berlin : Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2019), hlm 47.

¹⁷ <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules> diakses pada 2 Maret 2021 Pukul 14.02 WIB

¹⁸ Jonathan Weisskoff, 2020, Google Belgium vs The Belgian DPA: A GDPR Case Study, <http://cs.brown.edu/courses/csci2390/2020/assign/gdpr/jweissko-google-belgium.pdf> diakses pada 3 Maret 2021 Pukul 08.00 WIB

¹⁹ *ibid*

dilakukan Google tidak disampaikan dengan alasan yang jelas sehingga Google didenda sebesar 100.000 (seratus ribu euro).

Perkara tersebut menunjukkan adanya pembatasan terhadap *safe harbor* dalam hal terdapatnya kesalahan yang dilakukan oleh *platform*. Dalam perkara tersebut dikarenakan Google telah menolak permohonan hak untuk dilupakan tersebut sehingga Google dinyatakan lalai dalam perkara tersebut. Hak untuk dilupakan di Indonesia yang agar dapat dilaksanakan perlu adanya penetapan pengadilan sebagaimana diatur dalam Pasal 26 ayat (3) UU ITE. Dengan demikian apabila dalam hal ini *platform* yang bersangkutan tidak melaksanakan isi penetapan pengadilan tersebut maka dapat dinyatakan telah lalai sehingga dapat bertanggung jawab terhadap kerugian yang diderita oleh pemilik data yang bersangkutan.

KESIMPULAN

Keberadaan hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) memungkinkan pemilik data pribadi untuk memiliki hak untuk menghapus informasi mengenai dirinya yang tersebar di Internet, yang mana informasi tersebut memiliki resiko untuk mengancam privasinya. Hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) di Indonesia diatur dalam Pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 UU ITE. Pasal 26 ayat (2) UU ITE memungkinkan pemilik data pribadi selain dapat menggunakan hak untuk dilupakan dapat juga memperoleh ganti rugi dalam hal tersebarnya data pribadi miliknya tanpa izin.

Keberadaan *platform* berbasis *user generated content* menjadi tantangan tersendiri dalam penerapan ketentuan ganti rugi tersebut. Tantangan tersebut berkaitan dengan sejauh mana pertanggungjawaban *platform* berbasis *user generated content* terkait pembayaran ganti kerugian dalam hal tersebarnya data pribadi yang bertentangan dengan hukum.

Perlindungan hukum bagi *platform* berbasis *user generated content* dalam pelaksanaan hak untuk dilupakan dapat dilihat dalam Putusan Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst antara Iming Maknawan Tesalonika, S.H., M.M., M.CL. sebagai Penggugat melawan 5 (lima) Tergugat. Putusan tersebut menunjukkan bahwa walaupun tidak terdapat pengaturan yang mengatur secara spesifik mengenai perlindungan hukum terhadap *platform* berbasis *user generated content* dalam pelaksanaan hak untuk dilupakan di Indonesia. Namun, secara praktek telah terdapat perlindungan bagi *user generated content* sebagaimana dapat dilihat dalam pertimbangan Majelis Hakim perkara Nomor 571/Pdt.G/2017/PN.Jkt.Pst.

Safe harbor tidak menjadikan *platform* berbasis *user generated content* untuk sepenuhnya terbebas dari tanggung jawab atas konten yang terdapat dalam *platform*-nya. Konsep *safe harbor* hanya dapat diberikan bagi pihak yang telah melakukan tindakan permulaan yang memenuhi ketentuan dalam *safe harbor*. *Platform* tetap memiliki kewajiban dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan untuk memperoleh perlindungan hukum tersebut. Pembatasan perlindungan hukum dalam *platform* berbasis *user generated content* dapat ditemukan dalam perkara Google Belgium vs The Belgian Data Protection Agency (DPA).

Perkara tersebut menunjukkan adanya pembatasan terhadap *safe harbor* dalam hal terdapatnya kesalahan yang dilakukan oleh *platform*. Dalam perkara tersebut dikarenakan Google telah menolak permohonan hak untuk dilupakan tersebut sehingga Google dinyatakan lalai dalam perkara tersebut. Hak untuk dilupakan di Indonesia yang agar dapat dilaksanakan perlu adanya penetapan pengadilan sebagaimana diatur dalam Pasal 26 ayat (3) UU ITE.

Dengan demikian apabila dalam hal ini *platform* yang bersangkutan tidak melaksanakan isi penetapan pengadilan tersebut maka dapat dinyatakan telah lalai sehingga dapat bertanggung jawab terhadap kerugian yang diderita oleh pemilik data yang bersangkutan.

Pemerintah perlu membentuk aturan yang membahas mengenai perlindungan hukum bagi platform berbasis *user generated content* dalam hal terjadinya pelanggaran data pribadi. Pengaturan tersebut perlu dibentuk untuk menjamin lancarnya kegiatan digital yang dilakukan masyarakat. Pengaturan tersebut seharusnya memuat aturan mengenai kewajiban dan tanggung jawab *platform* sebagai bentuk tindakan permulaan agar memperoleh perlindungan hukum. Pembatasan pengaturan tersebut perlu memuat dibuat sesuai dengan *best practice* yang ada secara internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ashofa, Burhan, 2001, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Djafar, Wahyudi dan Asep Komarudin, 2014, *Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci*, Jakarta: Elsam.
- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2019, *Commision 'Competition Law 4.0', A new competition framework for the digital economy*, Berlin: Federal Ministry for Economic Affairs and Energy.
- Sinta Dewi Rosadi, 2015, *Cyber Law: Aspek Data Pribadi Menurut Hukum Inetrnasional, Regional dan Nasional*, Bandung: Refika Aditama.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2004, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali.
- TRPC, 2015, *Going Digital: The Status and Future Potential of Internet-Based Economies in Asia*, Singapura: TRPC,

Jurnal

- Cook, Lyndsay. 2015. The Right to be Forgotten: A Step in The Right to Direction for Cyberspace Law and Policy. *Journal of Law. Technology & The Internet*. Volume 6.
- Daugherty, T., Eastin, M. S., & Bright, L. (2008). *Exploring Consumer Motivations for Creating UserGenerated Content*. *Journal of Interactive Advertising*, Volume 8, Nomor
- Elisbeth, Ribka dan Ruth Mei Ulina Malai, (2020) *Pengelolaan User-Generated Content Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun Instagram @thehousetourhotel*, e-Proceeding of Management : Volume 7, Nomor 1
- Erliyandi, Junia Mega et al, (2021), Analisis Pengaturan Safe Harbor dalam Pertauran Pemerintah No.80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui system elektronik terkait tanggung jawab *marketplace* sebagai penyelenggara system elektronik atas pelanggaran Hak Cipta. *Brawijaya Law Student Jurnal*, April 2021.
- Guadamuz, Andres, 2017, *Developing a Right to be Forgotten*, EU: Internet Law Regulation and Enforcement.
- Jasmine, Amalia and Amalia, Prita et al, (2022), *Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap penjualan ponsel ilegal berdasarkan Hukum Nasional*. *Jurnal Masalah-Masalah Hukum* Volume 51, Nomor 4, Oktober 2022.
- Rubyanti, Desi dan Irwansyah, (2020), *Peran User Generated Content (UGC) Instagram Pada Industri Makanan*, *Jurnal Ilmu Komunikasi Mediakom*, Volume 4, Nomor 1,
- Trapova, Alina dan Maria Lilla Montagnani, 2018, *Safe Harbours in Deep Waters: A New Emerging Liability Regime for Internet Intermediaries in the Digital Single Market*, *International Journal of Law and Information Technology*, Volume 26, Issue 4.

Internet

Bruns, Alex, (2016). *User-Generated Content*. The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy, 1–5. doi:10.1002/9781118766804.wbiect085 diakses pada 18 Maret 2021 Pukul 17.25 WIB

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> diakses pada 26 Februari 2021 Pukul 15.50 WIB

<https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules> diakses pada 2 Maret 2021 Pukul 14.02 WIB

Jonathan Weisskoff, 2020, Google Belgium vs The Belgian DPA: A GDPR Case Study, <http://cs.brown.edu/courses/csci2390/2020/assign/gdpr/jweissko-google-belgium.pdf> diakses pada 3 Maret 2021 Pukul 08.00 WIB