

JUNDAMAS | *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*
Volume 2 | Nomor 1 | Oktober | 2025
E-ISSN: 0000-0000 dan P-ISSN: 0000-0000

Kesadaran Hukum Pelajar terhadap Aktivitas Media Sosial Berdasarkan Norma Hukum Nasional.

Penulis

Dedi Aringga
El Walad
Saputra

Keywords :

Media Sosial
Perspektif Hukum
Kewarganegaraan

Correspondensi Author

Ilmu Hukum, Universitas Pamulang
Kampus II Viktor
Email: ilmuhukum@unpam.ac.id

History Artikel

Received: tgl-bln-thn;
Reviewed: tgl-bln-thn
Revised: tgl-bln-thn
Accepted: tgl-bln-thn
Published: tgl-bln-thn

Abstrak. Kemajuan teknologi informasi yang pesat telah menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan anak muda. Namun, penggunaan media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan dan risiko hukum. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk mengedukasi para siswa di SMK Muhammadiyah 2 Kota Tangerang mengenai aspek hukum dari penggunaan media sosial. Program ini berfokus pada beberapa area utama: memahami hak dan tanggung jawab pengguna media sosial, mengenali dan menghindari aktivitas ilegal seperti cyberbullying dan penyebaran informasi yang tidak benar, dan melindungi privasi data pribadi. Melalui serangkaian sesi interaktif, termasuk seminar, lokakarya, dan studi kasus, siswa dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan untuk menavigasi platform media sosial secara bertanggung jawab dan legal. Tujuan akhirnya adalah untuk menumbuhkan generasi warga digital yang tidak hanya melek teknologi tetapi juga sadar akan etika dan hukum implikasi dari tindakan online mereka. Inisiatif ini sangat penting dalam membangun komunitas online yang lebih aman dan lebih aman dan komunitas online yang saling menghormati.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut UMKM) merupakan industri yang berkembang sangat pesat dan memegang peranan penting di Indonesia. Industri UMKM merupakan salah satu pilar ekonomi penggerak perekonomian di Indonesia. Hal ini didukung oleh data yang diperoleh dari kajian Kementerian Perindustrian dimana sektor UMKM

memberikan kontribusi sebesar 61,1% terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia pada tahun 2020. Fakta lain yang didapat adalah dari sektor tersebut, UMKM pada periode yang sama menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, sektor UMKM di Indonesia masih sangat identik dengan bisnis tradisional. Pada tahun 2022, hasil pengajuan Badan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa 83% UMKM tidak

berbadan hukum atau tidak memiliki payung hukum. Artinya baik bentuk usaha versus bentuk badan hukum, sebagian besar badan usaha UMKM tidak fokus pada perlindungan hukum atau pengembangan usaha tetapi fokus pada keuntungan dan model bisnis yang sederhana, tanpa rencana pengembangan di masa depan. Lebih lanjut, menurut Kepala Badan Ekonomi Kreatif, Triawan Munaf, badan usaha tidak mendaftarkan usahanya untuk menghindari pajak usaha. Sektor korporasi tidak pernah bisa lepas dari kekayaan intelektual. Setiap bisnis yang dilakukan harus memiliki kekayaan intelektual. Kekayaan intelektual yang dimaksud dapat berupa merek dagang, hak cipta, paten, desain industri, rahasia dagang, desain dasar sirkuit terpadu, dan indikasi geografis. Begitu pula dengan UMKM, meskipun skala usaha yang dilakukan UMKM tidak besar, namun pada umumnya semua UMKM memiliki nama merek, baik itu merek dagang atau merek atau merek dagang. Merek dagang digunakan dalam produk atau layanan. Merek dagang adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, palet warna, dalam bentuk dua atau tiga dimensi, suara, hologram atau kombinasinya. kombinasi dari kedua faktor tersebut atau lebih untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh orang perseorangan atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Dalam bisnis modern, sebuah bisnis tidak dapat memisahkan merek atau layanan, karena merek adalah identitas produk yang dijual di pasar. Sebagai identitas merek, itu adalah tanda yang membedakan barang atau jasa serupa yang dipertukarkan oleh entitas komersial. Dengan adanya merek, konsumen juga dapat menentukan pilihan tanpa kebingungan. Perlindungan merek di Indonesia mengikuti prinsip komposisi (pendaftaran) dengan prinsip pengajuan pertama. Artinya, merek hanya dilindungi jika terdaftar pada pemerintah melalui Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Hukum dan Ham dan dalam

hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas, UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya pendaftaran Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Data statistik pendaftaran Ditjen KI menunjukkan bahwa selama periode 2016-April 2018 pendaftaran Merek Non UMKM mendominasi sebesar 91,45% sedangkan untuk merek UMKM hanya sebesar 8,55%.6. Padahal, dalam pandangan World Intellectual Property Rights Organization (WIPO), UMKM memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembangnya inovasi dan inovasi produk. Namun sayangnya, kesadaran para pengusaha UMKM tentang pentingnya penggunaan hak KI untuk mendukung operasional bisnisnya masih rendah. Di sisi lain, identitas atau branding sebagai bentuk karya intelektual penting untuk berfungsinya dan peningkatan pertukaran barang atau jasa. Hal ini tidak dapat dipisahkan karena merek dagang digunakan untuk membedakan satu barang dengan barang lain yang bentuknya serupa. Merek palsu yang berbeda untuk produk serupa memiliki kualitas yang lebih buruk daripada produk yang menggunakan merek palsu. Untuk mendapatkan keuntungan yang cepat dan pasti merugikan para pengusaha seperti UMKM yang memproduksi barang asli. Mempertimbangkan permasalahan di atas, maka perlu dilakukan perlindungan merek dagang yang dihasilkan oleh UMKM. Berdasarkan uraian di atas, penulis dalam hal ini mencoba mengangkat tema sebagai berikut: Hukum Bisnis Dalam Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Umkm Di Indonesia?" Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia.

Mereka tidak hanya menjadi sumber lapangan pekerjaan bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam upaya untuk memperkuat daya saing dan pertumbuhan UMKM, aspek perlindungan merek menjadi salah satu fokus kunci. Merek bukan hanya sebuah identitas bisnis, tetapi juga merupakan aset berharga yang dapat membantu UMKM untuk membedakan produk dan jasa mereka di pasar yang semakin kompetitif. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan pasar global, merek UMKM seringkali rentan terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual. Perlindungan hukum terhadap merek UMKM menjadi isu yang semakin mendesak untuk ditangani. Hukum bisnis memegang peran sentral dalam konteks ini, karena berfungsi sebagai kerangka regulasi yang mengatur hak, kewajiban, dan perlindungan merek UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran hukum bisnis dalam upaya perlindungan hukum terhadap merek UMKM di Indonesia. Hal ini menjadi relevan mengingat tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menjaga dan melindungi merek mereka, seperti pemalsuan merek, persaingan tidak sehat, dan ketidakpahaman mengenai hak kekayaan intelektual. Dalam konteks ini, penelitian ini akan menggali berbagai aspek hukum yang terkait dengan perlindungan merek UMKM, seperti undang-undang merek, hukum persaingan usaha, dan peraturan terkait lainnya. Selain itu, penelitian ini juga akan melibatkan pendekatan empiris dengan tujuan untuk memahami pengalaman dan tantangan konkret yang dihadapi oleh UMKM dalam hal perlindungan merek mereka. Data-data ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana hukum bisnis berdampak pada UMKM dalam praktiknya. Penelitian ini memiliki signifikansi dalam konteks pengembangan UMKM di Indonesia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran hukum bisnis dalam

melindungi merek UMKM, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan dalam regulasi hukum yang ada. Perlindungan merek yang lebih baik dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan global, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

METODE

Dalam melakukan penelitian ini maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut : Pendekatan deskriptif analitis yaitu suatu pendekatan yang digunakan dengan cara penggunaan fakta-fakta yang sedang terjadi, Pendapat Para Ahli, Regulasi tentang sistem pembelajaran; kemudian menganalisisnya secara normative yuridis, dalam arti Regulasi tentang kejadian yang berlangsung berdasarkan kajian Undang Undang. Dalam penyusunan ini penulis menggunakan 2 (dua) sumber data, yaitu: Data Primer; Data yang penulis kumpulkan yaitu dengan melakukan survei. Dan Data Sekunder; Data sekunder yang digunakan diperoleh dari kepustakaan, buku dan sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian Sehingga sumber data sekunder dalam penelitian ini merupakan sumber

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial memungkinkan orang untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan berkolaborasi dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, penggunaan media sosial juga membawa berbagai tantangan hukum yang perlu dipahami oleh pengguna agar dapat menggunakan platform ini secara bijak dan bertanggung jawab. Media sosial memberikan platform bagi individu untuk mengekspresikan pendapat dan ide mereka secara bebas. Namun, kebebasan ini tidak bersifat mutlak dan diatur oleh berbagai

hukum untuk mencegah penyalahgunaan. Misalnya, di Indonesia, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur tentang penyebaran informasi yang bersifat fitnah, pencemaran nama baik, dan ujaran kebencian¹. Pencemaran nama baik adalah salah satu isu hukum utama yang sering muncul di media sosial. UU ITE Pasal 27 Ayat (3) menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan atau mentransmisikan informasi elektronik yang berisi penghinaan atau pencemaran nama baik dapat dikenai sanksi pidana². Pengguna media sosial harus berhati-hati dalam menyampaikan pendapat dan kritik agar tidak melanggar hukum ini. Penyebaran hoaks dan misinformasi di media sosial dapat menimbulkan kepanikan, kerugian, dan bahkan konflik sosial. UU ITE mengatur bahwa penyebaran berita bohong yang merugikan konsumen dapat dikenai sanksi pidana³. Selain itu, platform media sosial juga memiliki tanggung jawab untuk mengendalikan penyebaran hoaks melalui mekanisme pelaporan dan peninjauan konten. Privasi dan perlindungan data pribadi menjadi isu penting dalam penggunaan media sosial. Banyak pengguna tidak menyadari bahwa informasi pribadi yang mereka bagikan di media sosial dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (PDP) mengatur bagaimana data pribadi harus dikumpulkan, disimpan, dan digunakan oleh perusahaan teknologi dan platform media sosial⁴. Cyberbullying atau perundungan siber adalah masalah serius yang sering terjadi di media sosial. Ini mencakup berbagai bentuk intimidasi, pelecehan, dan penindasan yang dilakukan melalui platform digital. Pelaku cyberbullying dapat dikenai sanksi pidana berdasarkan UU ITE dan KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana) jika tindakan tersebut memenuhi unsur-unsur tindak pidana. Pelanggaran hak kekayaan intelektual (HKI) di media sosial, seperti pembajakan konten, penggunaan tanpa izin,

dan pelanggaran hak cipta, juga menjadi tantangan hukum yang signifikan. Pengguna harus memahami bahwa konten yang diunggah ke media sosial tetap dilindungi oleh undang-undang hak cipta dan penggunaannya harus sesuai dengan izin yang diberikan oleh pemilik hak. Regulasi dan Pengawasan Pemerintah memiliki peran penting dalam mengatur dan mengawasi penggunaan media sosial. Regulasi yang jelas dan penegakan hukum yang tegas diperlukan untuk mencegah penyalahgunaan dan memastikan bahwa platform media sosial digunakan secara bertanggung jawab. Misalnya, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) aktif memantau dan menindak konten-konten yang melanggar hukum. Platform media sosial juga memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga keamanan dan kenyamanan pengguna. Mereka harus memiliki kebijakan moderasi konten yang efektif, mekanisme pelaporan, dan prosedur penanganan keluhan yang transparan. Kerjasama antara pemerintah, platform, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat dan aman. Pentingnya edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat mengenai penggunaan media sosial yang bijak dan sesuai dengan hukum tidak bisa diabaikan. Kampanye sosialisasi, seminar, dan pelatihan mengenai etika digital dan regulasi hukum harus dilakukan secara berkelanjutan untuk mengurangi risiko pelanggaran hukum di media sosial. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Media sosial menjadi platform utama dalam bertukar informasi, berkomunikasi, dan bersosialisasi secara global. Namun, kemudahan akses dan anonimitas yang ditawarkan oleh media sosial sering kali mengaburkan batas-batas etika dan tata krama. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan menerapkan etika dan tata krama dalam penggunaan media sosial agar interaksi digital tetap sehat, positif, dan bertanggung jawab. Etika adalah cabang filsafat yang berkaitan

dengan nilai-nilai dan norma-norma yang mengatur perilaku manusia. Etika membedakan antara perilaku yang benar dan salah serta menentukan apa yang dianggap sebagai tindakan yang baik atau buruk dalam konteks sosial. Definisi Tata Krama Tata krama adalah serangkaian aturan atau norma sosial yang mengatur perilaku individu dalam interaksi sehari-hari. Tata krama mencakup sopan santun, kesopanan, dan adab yang diharapkan dalam situasi tertentu untuk menjaga harmoni dan penghargaan antarindividu. Hormati Privasi Orang Lain Menghormati privasi orang lain adalah prinsip dasar dalam etika media sosial. Jangan membagikan informasi pribadi atau foto orang lain tanpa izin mereka. Setiap individu memiliki hak untuk menjaga privasi dan kontrol atas informasi pribadinya. Jujur dan Bertanggung Jawab Kejujuran dan tanggung jawab adalah kunci dalam berinteraksi di media sosial. Hindari menyebarkan informasi yang tidak benar atau menyesatkan. Jika Anda berbagi berita atau informasi, pastikan sumbernya dapat dipercaya dan telah diverifikasi. Tidak Menghina atau Menyerang Hindari penggunaan bahasa yang kasar, menghina, atau menyerang dalam berkomunikasi di media sosial. Saling menghormati dalam perbedaan pendapat adalah dasar dari interaksi yang sehat dan konstruktif. Tidak Melakukan Plagiarisme Menghargai karya orang lain dengan tidak melakukan plagiarisme. Jika Anda mengutip atau menggunakan karya orang lain, berikan penghargaan dan sumber yang sesuai. Berpikir Sebelum Membagikan Sebelum membagikan sesuatu di media sosial, pikirkan dampaknya. Pertimbangkan apakah konten tersebut bermanfaat, menghormati orang lain, dan tidak menyinggung perasaan orang lain. Menggunakan Bahasa yang Sopan Menggunakan bahasa yang sopan dan santun adalah bagian dari tata krama yang harus diterapkan di media sosial. Hindari penggunaan kata-kata kasar atau ejekan yang dapat menyakiti perasaan orang lain. Memberikan Kredit kepada Sumber Saat

membagikan konten yang bukan milik Anda, berikan kredit kepada pembuat asli. Menyebutkan sumber tidak hanya menghargai karya orang lain, tetapi juga meningkatkan Menghormati privasi orang lain adalah tata krama penting dalam media sosial. Jangan mengunggah foto atau informasi pribadi orang lain tanpa izin. Hormati batasan-batasan yang mereka tetapkan untuk diri mereka sendiri. Jika terjadi perbedaan pendapat, hindari terlibat dalam konflik terbuka yang dapat dilihat oleh banyak orang. Selesaikan perbedaan pendapat dengan cara yang baik dan bijaksana, mungkin melalui pesan pribadi. Emoji dan tanda baca dapat membantu menyampaikan emosi dan nada dalam komunikasi tertulis. Gunakan dengan bijak agar pesan yang Anda sampaikan tidak disalahpahami. Tidak mengikuti etika dalam membagikan informasi dapat menyebabkan penyebaran hoaks dan misinformasi, yang dapat merugikan banyak orang dan memicu kepanikan. Beberapa tindakan tidak etis di media sosial, seperti pencemaran nama baik dan pelecehan, dapat berujung pada pelanggaran hukum dan konsekuensi pidana. Etika dan tata krama di media sosial sangat penting untuk menjaga harmoni, rasa saling menghormati, dan tanggung jawab dalam berinteraksi di dunia digital. Pengguna media sosial harus selalu mempertimbangkan dampak dari setiap tindakan dan informasi yang mereka bagikan. Dengan mengikuti prinsip-prinsip etika dan tata krama, kita dapat menciptakan lingkungan media sosial yang positif, aman, dan bermanfaat bagi semua pihak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan sosialisasi media sosial dalam perspektif hukum di SMK Muhammadiyah 2 Kota Tangerang berhasil meningkatkan pemahaman pelajar mengenai penggunaan media sosial yang bijak dan sesuai dengan hukum. Metode interaktif yang digunakan terbukti efektif dalam menyampaikan materi dan melibatkan peserta. Hasil kegiatan ini

menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap sikap dan pengetahuan pelajar. Penggunaan media sosial dalam perspektif hukum melibatkan berbagai aspek yang kompleks, mulai dari kebebasan berpendapat, pencemaran nama baik, penyebaran hoaks, hingga perlindungan privasi dan data pribadi.

Tantangan hukum yang muncul memerlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan regulasi, penegakan hukum, tanggung jawab platform, serta edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat. Dengan demikian, media sosial dapat digunakan secara positif dan bertanggung jawab, mendukung pembangunan masyarakat yang lebih baik. Sosialisasi Berkelanjutan: Mengadakan kegiatan serupa secara berkala untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan pelajar. Kolaborasi dengan Guru: Melibatkan guru dalam pelatihan khusus tentang media sosial dan hukum. Peningkatan Teknologi: Meningkatkan fasilitas teknologi di sekolah untuk mendukung kegiatan pembelajaran yang lebih efektif.

FOOT NOTE

Ali Mohamad dan Asrori Mohamad, (2006). Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta : Bumi Aksara.

Assegaf, Abd. Rahman.(2004). Pendidikan Tanpa Kekerasan : Tipologi Kondisi, Kasus dan Konsep. Yogya: Penerbit Tiara Wacana

Astuti, P.R. (2008). Meredam Bullying: 3 cara efektif mengatasi kekerasan pada anak. Jakarta: PT. Grasindo.

Evertson M Carolyn.(2001).Manajemen Kelas Untuk Guru Sekolah Dasar. Jakarta: Pranada media Group

Sulfemi, W. B. (2009). Modul Pembelajaran Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Bogor: STKIP Muhammadiyah Bogor, 1, 1-49.

Sulfemi, Wahyu Bagja. (2016). Modul Pembelajaran Ilmu Sosial dan Budaya Dasar. Bogor : STKIP Muhammadiyah Bogor.

Sulfemi, W. B. (2018). Pengaruh Disiplin Ibadah Sholat, Lingkungan Sekolah, dan Intelegensi Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan, 16 (2)

Sulfemi, Wahyu Bagja dan Hilga Minati. (2018). Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Kelas 3 SD Menggunakan Model Picture And Picture dan Media Gambar Seri. JPSPD. 4 (2), 228- 242.

Sulfemi, W. B., & Yuliana, D. (2019). Penerapan Model Pembelajaran Discovery Learning Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar Pendidikan Kewarganegaraan. Jurnal Rontal Keilmuan Pancasila dan Kewarganegaraan, 5(1), 17-30. Sulfemi, Wahyu Bagja. (2019). Bergaul Tanpa Harus Menyakiti. Bogor : Visi Nusantara Maju.