



PERLINDUNGAN HUKUM BAGI GENERASI Z SEBAGAI KONSUMEN MEDIA SOSIAL DI PLATFORM *TIK TOK*

Mochammad Ferdion Firdaus¹, Rumainur², Arrisman³, Fitra Deni⁴

^{1,2,3,4}Universitas Nasional, Indonesia

Email : ferdion.unas.ac@gmail.com

Abstrak

Tik tok sebagai salah satu platform media sosial yang didirikan di China sejak 2012 dan *booming* digunakan masyarakat untuk berbagi konten melalui video pendek sebagai bentuk ekspresi penggunaannya. Namun, hingga saat ini belum ada produk hukum yang mengatur mekanisme perlindungan hukum bagi anak-anak maupun remaja dari konten berbahaya pada media elektronik. Dalam hal ini, pengguna media sosial, baik yang memiliki akun maupun yang menikmati konten melalui akun orang lain merupakan konsumen platform media sosial yang berhak dilindungi dari pengaruh negatif serta perlindungan privasi. Selain itu, belum harmonisnya peraturan penyiaran dengan peraturan informasi elektronik menjadi salah satu lemahnya kontrol pengawasan pada media sosial. Sehingga penting untuk dibahas, bagaimana urgensi dan konstruksi hukum perlindungan konsumen bagi Generasi Z sebagai pengguna *Tik tok*. Penelitian ini menggunakan metode penulisan hukum normatif yang mengkaji fenomena berdasarkan kajian literatur. Jurnal ini berfokus pada masalah perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen media sosial *Tik tok*. Urgensi perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial secara umum adalah untuk menghindarkan generasi Z dari konten yang berunsur provokasi, perundungan, pornografi, penyebaran ideologi menyimpang dan pembentukan opini yang tidak sesuai dengan norma masyarakat. Sedangkan urgensi secara khususnya adalah karena masih ditemukan sejumlah kelemahan aturan *Tik tok* bagi pengguna Generasi Z. Selain itu, Konstruksi perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial *Tik tok* melingkupi bidang hukum publik dan hukum keperdataan. Konstruksi perlindungan hukum dibangun melalui sinkronisasi UU PK, UU Penyiaran dan UU Perlindungan Anak. Melalui sinkronisasi tersebut, diharapkan Pemerintah dapat lebih tegas menertibkan penyedia platform media sosial terutama *Tik tok*.

Kata kunci: Generasi Z, Media Sosial, Perlindungan Konsumen.

Abstract

Tiktok one of the social media platforms that were founded in China in 2012 and are booming is used by the public to share content through short videos as a form of expression for its users. However, until now there is no legal product that regulates the legal protection mechanism for children and adolescents from harmful content on electronic media. In this case, social media users, both those who have accounts and those who enjoy content through other people's accounts are consumers of social media platforms who have the right to be protected from negative influences and privacy protections. In addition, the lack of harmony between broadcasting regulations and electronic information regulations is one of the weak supervision



controls on social media. So it is important to discuss how the urgency and legal construction of consumer protection for Generation Z as Tiktok users. This study uses a normative legal writing method that examines phenomena based on literature studies. This journal focuses on the issue of legal protection for Generation Z as consumers of Tiktok social media. The urgency of legal protection for Generation Z as consumers of social media content, in general, is to prevent Generation Z from content containing provocation, bullying, pornography, spreading deviant ideologies, and forming opinions that are not by societal norms. While the urgency in particular is that there are still several weaknesses in Tiktok rules for Generation Z users. In addition, the construction of legal protection for Generation Z as consumers of Tiktok social media content covers the fields of public law and civil law. The construction of legal protection is built through the synchronization of the PK Law, ITE Law, Broadcasting Law, and Child Protection Law. Through this synchronization, it is hoped that the Government can be more strict in controlling social media platform providers, especially Tiktok.

Keywords: *Consumer Protection, Social Media, Z Generation.*

PENDAHULUAN

Tik tok sebagai salah satu platform media sosial yang didirikan di China sejak 2012 dan *booming* digunakan masyarakat untuk berbagi konten melalui video pendek sebagai bentuk ekspresi penggunaannya. Berdasarkan laporan situs “We Are Social”, pada April 2022, pengguna aktif platform media sosial *Tik tok* di Indonesia sejumlah 99,1 Juta Jiwa atau sekitar 35% penduduk Indonesia. Laporan tersebut juga menyatakan bahwa pengguna *Tik tok* di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu sebanyak 23,1 jam per bulan. Berdasarkan usia penggunaannya, Wisnuadi dalam DiPStrategi 2022 merilis secara global pemilik akun Tiktok didominasi oleh Generasi Z (60%) yang berusia antara 9 – 24 tahun. Data statistik ini dapat menjadi gambaran bahwa platform media sosial *Tik tok* digunakan oleh mayoritas masyarakat terutama kalangan muda. Jumlah tersebut tentu meniadakan realitas pengguna anak-anak maupun remaja yang dapat mengakses platform *Tik tok* melalui akun orang lain yang lebih dewasa.

Fenomena media sosial dan Generasi Z bukanlah hal yang baru untuk dikaji. Berbagai penelitian menyatakan tingginya aktivitas Generasi Z di media sosial. Seperti diungkapkan oleh Aprilia, dkk (2020) bahwa ditemukan tingkat kecanduan media sosial yang tinggi pada pelajar SMA di Bandung. Temuan yang sama juga disampaikan melalui laporan penelitian pada 250 remaja di Kota Padang oleh Wulansari dan Netriwati (2020). Akibat intensitas Generasi Z yang tinggi tersebut, banyak pihak mendorong perlunya pengawasan terhadap pengguna media sosial yang masih belum dewasa. Pratiwi, dkk (2018) mengungkapkan bahwa pentingnya pengawasan orang tua dalam hal ini, terutama adanya temuan bahwa pengawasan orang tua selama ini masih pada tataran preventif tanpa mengkaji lebih mendalam mengenai isi media sosial tersebut. Di sisi lain, Pata, dkk (2021) menekankan peran sekolah dalam mengampanyekan perilaku bijak bermedia sosial.



Di tinjau dari aspek hukum, Handayani dan Putra (2021) menyatakan bahwa saat ini belum ada produk hukum yang mengatur mekanisme perlindungan hukum bagi anak-anak maupun remaja dari konten berbahaya pada media elektronik. Dalam hal ini, pengguna media sosial, baik yang memiliki akun maupun yang menikmati konten melalui akun orang lain merupakan konsumen platform media sosial. Sehingga, anak-anak maupun remaja juga merupakan konsumen yang perlu dilindungi hak-haknya berdasarkan payung hukum perlindungan konsumen.

Selain itu, belum harmonisnya peraturan penyiaran dengan peraturan informasi elektronik menjadi salah satu lemahnya kontrol pengawasan pada media sosial. Selama ini, penyiaran melalui media sosial lebih tunduk pada peraturan pada UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) karena alasan asal *lex specialis* sistematis semata (Febrian, 2020). Berdasarkan latar belakang di atas, kajian ini berfokus membahas urgensi dan konstruksi perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen media sosial *Tik tok*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penulisan hukum normatif yang mengkaji fenomena berdasarkan kajian literatur. Jurnal ini berfokus pada masalah perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen media sosial Tiktok. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dari literatur, jurnal, artikel, serta juga situs-situs di internet, peraturan perundang-undangan, buku yang sesuai dengan topik pembahasan.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan (*Library Research*), yaitu sebuah pendekatan dalam metode penelitian dengan mengumpulkan informasi dan data dan berbagai macam data yang dibutuhkan (Mardalis,1999). yang oleh karenanya penelitian ini merupakan kajian mengenai teoritis, referensi dan juga literatur ilmiah yang berkaitan dengan nilai pada suatu situasi yang diteliti (Sugiyono,2012), dengan demikian, dalam kajian ini penulis menumpulkan bahan penelitian dari berbagai sumber berupa buku, jurnal, dan situs internet yang terkait dengan topik terpilih yang kemudian diikuti dengan penjelasan dan pemahaman agar dapat dipahami dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi Z menurut Bruce Horovitz, adalah generasi yang lahir dari tahun 1995 hingga 2004 (Dewi dan Yuliati, 2018). Sedangkan, Firamadhina dan Krisnani (2020) menggunakan rentang kelahiran 1995 hingga 2010 untuk mendefinisikan Generasi Z. Rentang kelahiran tersebut sebenarnya merujuk pada waktu munculnya internet atau teknologi informasi. Generasi Z dianggap sebagai generasi yang lahir di saat teknologi tersebut telah tersedia. Sementara generasi Y adalah orang-orang yang lahir di era transisi, teknologi baru tersedia luas. Pengertian ini dapat memberikan kita gambaran, bahwa Generasi Z sangat akrab dengan internet.



Perilaku Generasi Z yang erat dengan teknologi informasi, khususnya media sosial sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi Z memiliki karakter yang sangat tergantung pada teknologi, cenderung cepat beradaptasi dengan teknologi baru, mengakui perbedaan budaya serta terhubung secara global (Rastati, 2018). Karakter ini turut mempengaruhi sifat media sosial yang terbuka dengan segala informasi dan pemikiran, fleksibel dan juga ekspresif. Media sosial menjadi ruang tidak terbatas untuk mengekspresikan pemikiran dan mencari aktualisasi diri bagi Generasi Z.

Perilaku bermedia sosial tersebut bukan tanpa efek negatif. Beberapa kasus yang dialami oleh Generasi Z yang bermula dari media sosial cukup banyak. Sebagai contoh, kasus perundungan atau bully terhadap siswi SMP di Pontianak hingga mengakibatkan meledaknya tanda pagar #justiceforaudrey (Patimah dan Herlambang, 2021). Selain itu, media sosial menjadi ruang baru penyebaran konten dewasa yang mengarah pada pelecehan seksual dan seks bebas (Rosyidah dan Nurdin, 2018). Pelecehan seksual juga ada yang berakhir pembunuhan seperti kasus Ica *Tik tok* pada 2022 (Suara.com, 2022). Kasus lain penyimpangan seksual melalui Tiktok juga banyak tersebar, seperti kasus ekshibionisme di Jakarta (Akurat.co., 2021). Dampak negatif keberadaan *Tik tok* bahkan sempat menyita perhatian Pemerintah hingga pada 2018, *Tik tok* sempat diblokir. Beragam kasus bukti bahwa Generasi Z sangat rentan menjadi korban dari konten negatif media sosial, terutama *Tik tok*.

Tik tok sebenarnya telah secara sadar merancang algoritmanya dengan selalu mempertimbangkan kepercayaan dan keamanan konsumen. Hal tersebut mereka jabarkan dalam panduan komunitas di *website* resminya. *Tik tok* akan menghapus akun yang diduga dioperasikan oleh orang di bawah usia 14 tahun. *Tik tok* melarang kegiatan yang melanggengkan pelecehan, pencederaan, membahayakan, atau eksploitasi anak di bawah umur. Kegiatan tersebut termasuk pada jenis konten-konten animasi maupun rekayasa digital yang ada. Selain itu, beberapa aktivitas juga dilarang bagi pengguna di bawah usia 18 Tahun, seperti mengadakan siaran langsung dan mengirim atau menerima hadiah virtual.

Beberapa kebijakan ketat *Tik tok* dalam melindungi pengguna di bawah 18 tahun:

1. Pelarangan konten yang mengeksploitasi seksual anak di bawah umur
2. Pelarangan konten *grooming* yang tidak pantas
3. Pelarangan konten ketelanjangan yang melibatkan anak di bawah umur
4. Pelarangan konten aktivitas berbahaya dan ilegal oleh anak di bawah umur
5. Pelarangan konten kejahatan terhadap anak

Selain itu juga terdapat kebijakan umum bagi seluruh pengguna *Tik tok* yang melarang konten dengan muatan berikut:

1. Ketelanjangan dan aktivitas seksual
2. Perundungan, pelecehan, dan ideologi berbahaya
3. Ekstremisme brutal



4. Aktivitas ilegal, pelanggaran hak cipta dan merek dagang
5. Kekerasan dan konten mengerikan lainnya
6. Konten yang tidak berintegritas

Beragam konten terlarang tersebut tidak akan muncul pada halaman “Untuk Anda (*For Your Page/FYP*)” karena pengaturan sistem rekomendasi yang terpersonalisasi. Apabila pengguna menemukan konten yang melanggar panduan tersebut, *Tik tok* menyediakan fitur “Laporkan” untuk menindaklanjuti temuan tersebut.

Panduan komunitas sebagai kebijakan bermedia sosial di platform *Tik tok* masih memiliki banyak kelemahan. Oleh karena itu, masih ada urgensi perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial secara umum, seperti:

1. Menghindarkan generasi Z dari konten yang berunsur provokasi, perundungan, pornografi, penyebaran ideologi menyimpang dan pembentukan opini yang tidak sesuai dengan norma masyarakat. Tanpa disadari, pembuat konten (*content creator*) tidak memahami dampak negatif dari kontennya. Mereka hanya berorientasi pada kuantitas pemirsa yang akan meningkatkan monetisasi akun mereka. Tidak jarang, konten disajikan dengan minim penjelasan atau minim konteks, sehingga pemirsa dapat menafsirkan bebas isi konten. Isi konten juga dapat memicu tindakan atau pikiran kriminal, meskipun tidak disajikan secara eksplisit. Perlu dipahami, bahwa warganet memiliki istilah konotatif dalam bermedia sosial yang secara eksplisit maknanya berbeda jauh dari makna aslinya.
2. Membantu generasi Z untuk dapat menikmati konten media sosial yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan mereka.
3. Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial perlu perlindungan informasi pribadi.
4. Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial perlu disediakan layanan pengaduan konten yang memadai. Layanan pengaduan berfungsi untuk melaporkan dan memblokir akun yang menyebarkan konten yang tidak sesuai dengan preferensi pengguna maupun melanggar ketentuan Undang-undang. Pemblokiran tersebut akan menghindarkan pengguna dari konten serupa di kemudian hari.

Selain itu juga secara khusus terdapat urgensi perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen konten *Tik tok* antara lain:

1. *Tik tok* memiliki algoritma yang berbahaya dalam menyaring konten khusus Generasi Z. Algoritme *Tik tok* berbeda dengan media sosial lain karena penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) yang bersifat lebih demokratis mampu membuat konten suatu pengguna menjadi viral (Firamadhina dan Krisnani, 2020). Karena pengaturan tersebut, informasi yang disajikan pada layar pengguna (*For Your Page/ FYP*) sangat acak dan bahkan tidak sesuai preferensi. Selain itu, penggunaan tanda pagar atau *hashtag* sebagai bentuk penandaan yang dibuat oleh pengguna yang memungkinkan referensi silang



- konten yang berbagi subjek atau tema juga tidak dapat difilter. Padahal, banyak tagar berunsur vulgar yang dapat bebas diakses oleh pengguna.
2. *Tik tok* memiliki aturan yang masih membuka peluang pengguna generasi Z untuk mengakses konten negatif. *Tiktok* memiliki aturan khusus bagi pengguna untuk usia di bawah 16 tahun seperti pembatasan fitur pesan langsung, pembatasan pembagian dan pengunduhan video, pemberlakuan akun privat dan pembatasan kolom komentar otomatis bagi pengguna usia 14-15 tahun, serta pembatasan pemberitahuan informasi di atas jam 21.00. Beragam aturan ini hanya diterapkan apabila registrasi tanggal lahir diisi secara jujur oleh pengguna. Selain itu, pembatasan tersebut masih dapat dengan mudah dikecualikan dengan serta-merta. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya kontrol diri para pengguna dikarenakan demokrasi fitur oleh *Tik tok*.
 3. *Tiktok* belum ramah remaja. Akibat pembatasan yang belum sepenuhnya tegas, maka *platform* media sosial ini masih belum betul-betul ramah remaja apalagi anak-anak.
 4. *Tik tok* belum memiliki layanan pengaduan konten yang memadai bagi generasi Z. Pemberitahuan hasil tindak lanjut laporan kerap tidak disampaikan kepada pengguna, sehingga tidak dapat diketahui keputusan akhir dari laporan para pengguna, termasuk generasi Z.
 5. *Tik tok* merancang kebijakan perlindungan konsumen yang responsif. Hal ini mengandalkan keaktifan pengguna *platform* untuk melaporkan konten yang tidak sesuai panduan. Akibatnya, apabila pengguna tidak merasa dirugikan atas konten tersebut, maka pengguna tidak akan melaporkan meskipun melanggar pedoman komunitas. Pada kuartal pertama 2021, *Tik tok* menghapus 61,9 juta konten video yang melanggar ketentuan. Namun jumlah tersebut kurang dari 1% total video yang diunggah. Masih besar potensi konten yang mengancam generasi Z.

Kelemahan pengaturan tersebut harus segera dibenahi agar aktivitas media sosial bagi generasi Z tetap aman dan sesuai dengan norma masyarakat. Pengaturan dalam bermedia sosial semata-mata dalam rangka memenuhi hak asasi manusia secara utuh. Bukan hanya tentang hak kebebasan berpendapat, namun juga hak esensial lainnya. Ramdani (2020) menyebutkan bahwa di antara hak generasi muda adalah perlindungan atas segala bentuk kekerasan (termasuk melalui media sosial) serta hak memperoleh masa depan yang baik. Mengenai penyiapan masa depan generasi muda, Ramadani menyebutkan pentingnya pembentukan moral. Moral yang terpupuk dengan baik akan melahirkan generasi perubahan yang berguna bagi mempertahankan eksistensi dan pembangunan bangsa. Pada konteks ini, pengaturan bermedia sosial yang bermoral adalah bagian dari fungsi hukum sebagai kontrol dan perekayasa sosial (Aprita, 2021).

Pemenuhan hak asasi manusia tersebut dapat ditempuh dengan pembangunan perlindungan hukum. Generasi Z sebagai pengguna *Tik Tok* dapat dianggap sebagai konsumen media sosial berdasarkan pasal 1 butir 2 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Lebih lanjut, pasal 3 UUPK



menegaskan bahwa tujuan perlindungan konsumen salah satunya adalah mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa. Artinya, dalam UUPK mengakui adanya kewajiban pemenuhan hak konsumen. Lebih lanjut, perlindungan konsumen juga perlu ditegakkan atas dasar asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keselamatan, dan kepastian hukum (Samadani, 2013).

Perlindungan tersebut kemudian melahirkan hak dan kewajiban bagi konsumen sekaligus penyedia jasa. Hak dan kewajiban konsumen dijelaskan pada pasal 5 UUPK. Hak dan kewajiban konsumen dijelaskan pada pasal 7 UUPK. Berdasarkan peraturan tersebut, perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen media sosial *Tik tok* dapat dikonstruksi.

Perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial melalui platform Tiktok berfokus untuk mengurangi dampak negatif konten sosial media bagi Generasi Z. Generasi Z cenderung abai terhadap dampak negatif konten yang dikonsumsi, hal ini tidak dapat dibiarkan apalagi dibenarkan. Generasi Z masih harus mendapatkan pengawasan dan pengendalian yang memadai agar bijak bermedia sosial.

Perlindungan hukum bagi Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial mendorong seluruh pengelola platform terutama Tiktok agar tunduk pada norma kebiasaan masyarakat melalui pengetatan kontrol konten media sosial serta menyediakan layanan pengaduan konten yang memadai. Konten yang berunsur negatif dan berpotensi memicu tindakan asusila dan kriminal agar dapat dicegah menjadi konten FYP.

Khusus mengenai perlindungan anak, perlu adanya peraturan yang tegas untuk mendorong setiap masyarakat ikut serta mengawasi penggunaan TikTok oleh anak-anak. Hal ini sesuai dengan Pasal 20 Undang-undang No. 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak yang berbunyi, "Pada suatu Negara, Pemerintah, Pemda, Masyarakat, Keluarga dan Orang tua ataupun Wali nya memiliki kewajiban dan bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan perlindungan anak tersebut"

Konstruksi perlindungan hukum akibat adanya hak konsumen dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Generasi Z berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan dan/atau mengonsumsi konten di *platform Tik tok*. Termasuk pada konteks ini adalah mendapatkan konten sesuai umur dan terhindar dari konten *toxic* (SARA, diskriminasi, *bullying*, dan melanggar moral).
2. Generasi Z berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas konten yang dikonsumsi melalui *platform Tik tok*.
3. Generasi Z berhak mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumsi yang patut atas konten di *platform Tik tok*.



4. Generasi Z berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi saat menggunakan *platform Tik tok*.

Konstruksi perlindungan hukum akibat adanya kewajiban konsumen dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Generasi Z wajib membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur yang telah ditetapkan oleh *platform Tik tok*.
2. Generasi Z wajib beritikad baik dalam melakukan aktivitas di *platform Tik tok*.

Selain berdasarkan UUPK, konstruksi perlindungan hukum di atas juga perlu mengacu pada beragam peraturan perundang-undangan yang harus disinkronkan pada norma yang hidup di masyarakat. Hal tersebut sebagai kepastian hukum pada perlindungan konsumen. Sementara secara filosofis mengacu pada Pancasila yang menjunjung tinggi norma dalam bermasyarakat.

Konstruksi perlindungan hukum berdasarkan pemenuhan hak anak-anak untuk mendapatkan informasi yang layak telah dijamin dalam Pasal 56 ayat (1) Undang-undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak (UUPA). UUPA tersebut memberikan mandat kepada Pemerintah untuk mengupayakan dan membantu generasi Z (terutama anak-anak) menerima informasi sesuai dengan tahapan usia dan perkembangan anak. Murtiningsih (2019) menambahkan bahwa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum dari konten berbahaya media elektronik antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
4. Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi

Murtiningsih juga menyebutkan, banyaknya pijakan hukum di atas menjadi bukti keumuman pengaturan konten media elektronik. Peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan hukum terhadap anak dari konten berbahaya dalam media cetak dan elektronik sifatnya masih secara umum, belum ada aturan yang khusus dan spesifik yang ditujukan untuk memberi perlindungan hukum terhadap anak dari konten berbahaya yang mungkin ada dalam media cetak dan elektronik.

KESIMPULAN

Generasi Z sebagai konsumen konten media sosial khususnya melalui platform *Tik Tok* perlu mendapatkan perlindungan hukum yang memadai. Hal ini karena masih minimnya kendali diri bagi Generasi Z untuk memilih konten yang akan dikonsumsi. Meskipun tidak merasa dirugikan, perlindungan hukum tetap diperlukan untuk menjaga mereka dari dampak negatif jangka panjang. Konstruksi perlindungan hukum dibangun melalui sinkronisasi UU PK, UU ITE, UU Penyiaran dan UU Perlindungan Anak. Melalui sinkronisasi tersebut, diharapkan Pemerintah dapat lebih tegas menertibkan penyedia platform media sosial terutama *Tik tok*.



Melalui sinkronisasi tersebut, diharapkan dapat mendorong pembaruan peraturan perundang-undangan sehingga Pemerintah dapat lebih tegas menertibkan penyedia platform media sosial terutama Tik Tok. Selain itu, perlu juga sosialisasi secara masif pentingnya kontrol diri bagi Generasi Z dalam bermedia sosial dan juga pengawasan dari para Orang Tua atau Keluarga serta para Guru. Ada baiknya *TikTok* hanya dikhususkan pada pengguna usia 21 tahun ke atas (sudah dapat dianggap dewasa dan dapat berpikir bijak).

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R., Sriati, A., dan Hendrawati, S. (2020). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Journal of Nursing Care*. Vol. 3 (1). 41 – 53. Retrieved August 4, 2022, from DOI : <https://doi.org/10.24198/jnc.v3i1.26928>
- Aprita, S. (2021). *Sosiologi Hukum*. Jakarta: Kencana
- Bagus, D.A. (2018). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Bawah Umur Terhadap Penyiaran Video Klip di Youtube* (Skripsi). Semarang: Universitas Semarang
- Dewi, H.L.C. dan Yuliaty, R. (2018). Motivasi dan Perilaku Penggunaan Media Sosial Generasi Z dalam Melakukan Perjalanan Wisata. *Jurnal Ultimatum* Vol. 10 (1)
- Febrian, E. (2020). Tinjauan Yuridis Mengenai Pengawasan Terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran Platform Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Lex Renaissance*, Vol. 5 (3). 573-591. Retrieved August 4, 2022, from DOI: <https://doi.org/10.20885/JLR.vol5.iss3.art5>
- Firamadhina, F.I.R dan Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Journal*, Vol. 10 (2), 199 – 208. Retrived August 11, from DOI: [10.24198/share.v10i2.31443](https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443)
- Handayani, A. dan Putra, Y.A. (2021). Bentuk Perlindungan Hukum Bahaya Konten di Media Elektronik dan Cetak Bagi Anak – Anak di Era Globalisasi. *Jurnal Varia Hukum*. Vol. 3 (1). 89 – 105. Retrieved August 4, 2022, from DOI: <https://doi.org/10.15575/vh.v3i1.12548>.
- Harwina. (2018). *Perlindungan Hukum Bagi Anak Sebagai Konsumen Buku: Kajian Terhadap Buku Bacaan Anak yang Mengandung Konten Pornografi* (Skripsi). Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Pata, A., Aspin, dan Pambudhi, Y.A. (2021). Kontrol Diri Siswa Terhadap Kecanduan Media Sosial. *Jurnal Sublimapsi*. Vol 2 (2). 20 - 29. Retrieved August 4, 2022, from DOI:<http://dx.doi.org/10.36709/sublimapsi.v2i2.16279>
- Patimah, L. dan Herlambang, Y. (2021). Menanggulangi Dekadensi Moral Generasi Z Akibat Media Sosial Melalui Pendekatan Living Values Education (LVE). *Pembelajar: Jurnal Ilmu Pendidikan, Keguruan dan Pembelajaran*, Vol. 5 (2). DOI: <https://doi.org/10.26858/pembelajar.v5i2.18359>
- Pratiwi, M.R., Mukaromah, dan Herdiningsih, W. (2018). Peran Pengawasan Orangtua Pada Anak Pengguna Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*. Vol.22 (1). 37-57. DOI: <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.73>
- Rastati, R. (2018). Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 6(1), 01 – 106. DOI:



- <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v6n1.p60--73>
- Ramdani, D. (2020). *Aspek Hukum Perlindungan Anak: Perkembangan Produk Hukum dan Implementasinya di Pengadilan*. Jakarta: Kencana
- Ristanto, C. (2020). *Konsumen Anak: Studi Terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Konten Game di Youtube* (Skripsi). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rosyidah, F.N., dan Nurdin, M.F. (2018). Perilaku Menyimpang: Media Sosial Sebagai Ruang Baru dalam Tindak Pelecehan Seksual Remaja. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, Vol. 2 (2)
- Samadani, A. (2013). *Dasar-dasar Hukum Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak
- <https://www.suara.com/news/2022/04/16/124523/siapa-ica-tiktok-yang-viral-korban-kekerasan-seksual-hingga-meninggal-dunia>
- <https://akurat.co/pelaku-penyimpangan-seksual-viral-di-tiktok-ditangkap>
- Wulandari, R., dan Netrawati. (2020). Analisis Tingkat Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. Vol. 5 (2). 41-46. DOI : <https://doi.org/10.29210/3003653000>