

SKRIPSI

EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN *VLOGGER* KULINER (*FOOD VLOGGER*) DALAM MENGATUR PEMBAYARAN *EXPOSURE* DI MEDIA SOSIAL



OLEH:

ILANA NANDA PUTRI

502021208

**Skripsi ini Disusun Untuk Melengkapi Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2025

**EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN *VLOGGER* KULINER
(*FOOD VLOGGER*) DALAM MENGATUR PEMBAYARAN
EXPOSURE DI MEDIA SOSIAL
SKRIPSI**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
Strata-1 pada Jurusan/Program Studi Hukum
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang

Oleh:

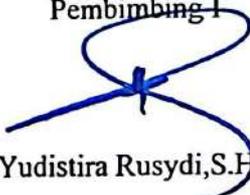
ILANA NANDA PUTRI

502021208

Disetujui untuk diajukan dalam Sidang Skripsi

Palembang, April 2025

Pembimbing I


Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum.

NBM/NIDN: 1100662/0209066801

Pembimbing II


Syahriati Fakhriah S.H., M.H.

NBM/NIDN: 1319183/0211079401

Mengetahui

Program Studi Hukum

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang

Wakil Dekan I



Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum

NBM/NIDN: 1100662/0209066801

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS HUKUM

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI: EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN
VLOGGER KULINER (FOOD VLOGGER) DALAM MENGATUR
PEMBAYARAN EXPOSURE DI MEDIA SOSIAL.**



**NAMA : ILANA NANDA PUTRI
NIM : 502021208
PROGRAM STUDI : ILMU HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA**

Pembimbing,

- 1. Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum.**
- 2. Syahriati Fakhriah S.H.,M.H.**

Palembang, April 2025

PERSETUJUAN OLEH TIM PENGUJI:

- Ketua : Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum.**
- Anggota :1. Dr. Reny Okprianty,SH.,M.Hum**
- 2. Dr. Martini,SH.,MH**

DISAHKAN OLEH

DEKAN FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



H. Abdul Hamid Usman, S.H., M.Hum
NBM/NIDN: 725300/0210116301

PENDAFTARAN SKRIPSI

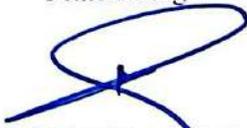
Pendaftaran Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah
Palembang Strata-I

NAMA : ILANA NANDA PUTRI
NIM : 502021208
PRODI : ILMU HUKUM
JUDUL : EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN *VLOGGER*
KULINER (*FOOD VLOGGER*) DALAM MENGATUR PEMBAYARAN
EXPOSURE DI MEDIA SOSIAL

Dengan diterimanya skripsi ini, sesudah lulus dan Ujian Komprehensif, Penulis
berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM

Pembimbing I


Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum.
NBM/NIDN: 1100662/0209066801

Pembimbing II


Syahriani Fakhriah S.H., M.H.
NBM/NIDN: 1319183/0211079401

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Palembang

Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum
NBM/NIDN: 1100662/0209066801

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ILANA NANDA PUTRI

NIM : 502021208

Email : ilanaputri684@gmail.com

Fakultas : Hukum

Program Studi : Ilmu Hukum

Judul Skripsi : EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN *VLOGGER*
KULINER (*FOOD VLOGGER*) DALAM MENGATUR PEMBAYARAN
EXPOSURE DI MEDIA SOSIAL

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di institusi Pendidikan lainnya;
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian;
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing; dan
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah. dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, 27 APRIL 2025



Ilana Nanda Putri

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"

(Q.S Al-Insyirah: 5)

Ku Persembahkan Skripsi ini untuk:

1. Teruntuk mama dan papa tersayang
2. Buat kakak
3. Buat temen-temen yang selalu men-support & mendampingi ku
4. Buat keluarga besarku

BIODATA MAHASISWA

Data Pribadi

Nama : Ilana Nanda Putri
NIM : 502021208
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 15 Mei 2003
Status : Belum Kawin
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Manunggal V No.12
No. Telp : -
Email : ilanaputri684@gmail.com
No. HP : 081373708139
Nama Ayah : Khairul Anwar SE
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Alamat : Jl. Manunggal V No.12
NO. HP : 082172087907
Nama Ibu : Medina Sini
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Manunggal V No.12
No. HP : 082112693868
Wali : -



Riwayat Pendidikan

TK : TK YWKA Palembang
SD : SD Kartika II-3 Palembang
SMP : SMP Negeri 1 Palembang
SMA : SMA Negeri 1 Palembang

Mulai mengikuti perkuliahan Program Strata-1 pada Jurusan/Program Studi Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang bulan Juli Tahun 2021

ABSTRAK

EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN *VLOGGER* KULINER (*FOOD VLOGGER*) DALAM MENGATUR PEMBAYARAN *EXPOSURE* DI MEDIA SOSIAL

ILANA NANDA PUTRI

Di era digital, *food vlogger* menjadi profesi yang semakin populer dan berperan penting dalam industri kuliner. Melalui *platform* media sosial, mereka memberikan ulasan makanan yang dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan konsumen. Seiring dengan meningkatnya peran *food vlogger*, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memanfaatkan jasa mereka untuk meningkatkan visibilitas produk. Namun, kurangnya kejelasan dalam kontrak perjanjian sering kali menyebabkan perselisihan dan kasus wanprestasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kontrak antara *food vlogger* dan UMKM dalam mengatur pembayaran *exposure* di media sosial dari perspektif hukum kontrak di Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian normatif kualitatif, penelitian ini mengkaji ketentuan hukum yang mengatur perjanjian tersebut serta faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas kontrak sangat dipengaruhi oleh kejelasan perjanjian, mekanisme penyelesaian sengketa, serta dinamika media sosial yang dapat mempengaruhi eksposur bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan penggunaan kontrak tertulis yang lebih terstruktur guna memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak dan mengurangi risiko wanprestasi.

Kata Kunci: *Food Vlogger*, Kontrak Perjanjian, UMKM, Media Sosial, Wanprestasi.

ABSTRACT

The Effectiveness of Culinary Vlogger (Food Vlogger) Contract Agreements in Regulating Exposure Payments on Social Media

In the digital era, food vlogging has become an increasingly popular profession and plays a crucial role in the culinary industry. Through social media platforms, food vloggers provide food reviews that can influence consumer preferences and decisions. As their role grows, many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) utilize their services to enhance product visibility. However, the lack of clarity in contractual agreements often leads to disputes and cases of contractual breaches. This study aims to analyze the effectiveness of contracts between food vloggers and MSMEs in regulating exposure payments on social media from the perspective of contract law in Indonesia. Using a normative qualitative research method, this study examines the legal provisions governing these agreements and the factors influencing their effectiveness. The findings indicate that contract effectiveness is significantly influenced by the clarity of agreements, dispute resolution mechanisms, and the dynamics of social media, which can impact business exposure. Therefore, this study recommends the use of more structured written contracts to provide legal protection for both parties and minimize the risk of contractual breaches.

Keywords: *Food Vlogger, Contract Agreement, Micro, Small, and Medium Enterprises, Social Media, Contractual Breach.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“EFEKTIVITAS KONTRAK PERJANJIAN *VLOGGER* KULINER (*FOOD VLOGGER*) DALAM MENGATUR PEMBAYARAN *EXPOSURE* DI MEDIA SOSIAL”**.

Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam menyusun Skripsi ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan, namun berkat bimbingan, bantuan, dukungan, motivasi dan doa dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih, rasa hormat, dan penghargaan kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan Laporan ini terutama kepada:

1. Bapak Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum sebagai Dosen Pembimbing I yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi ini.
2. Ibu Syahriati Fakhriah S.H.,M.H. sebagai Dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan Skripsi ini.

Serta Tidak lupa Penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak H. Abdul Hamid Usman, S.H., M.Hum Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Yudistira Rusydi, S.H., M.Hum Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Helwan Kasra, S.H., M.Hum Ketua Program Studi Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis selama menempuh studi.
6. Seluruh Staff Karyawan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah banyak membantu penulis selama bergabung bersama akademika Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Kedua Orang Tua dan Keluarga Penulis yang telah banyak membantu dan selalu memberikan dukungan dan doa selama ini.
8. Semua Sahabat yang telah membantu dan penyemangat dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari masih ada kekurangan dan kesalahan dalam penulisan Skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan karya ini. Akhir kata Penulis juga berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi seluruh masyarakat.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palembang, April 2025

Ilana Nanda Putri
502021208

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN BIODATA MAHASISWA.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Ruang Lingkup	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Konseptual	7
F. Review Studi Terdahulu yang Relevan	9
G. Metode Penelitian	12
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Hukum Kontrak di Indonesia.....	16
B. Tinjauan Umum <i>Food Vlogger</i>	20
C. Tinjauan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	24
D. Tinjauan Umum <i>Exposure</i> Media Sosial	27
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Efektivitas perjanjian antara <i>food vlogger</i> dan pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tinjau dari hukum kontrak di Indonesia	30

B. Peran media sosial dalam mempengaruhi dinamika kontrak pada <i>food vlogger</i>	38
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	45
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Contract of law adalah istilah terjemahan yang berarti hukum kontrak. Dalam bahasa Belanda, hukum kontrak disebut dengan "*overeenskomst recht*." Menurut Lawrence M. Friedman, hukum kontrak adalah seperangkat hukum yang mengatur aspek-aspek tertentu dari pasar dan mengatur jenis-jenis perjanjian tertentu.¹ Apabila dilihat dari aspek pasar, Di berbagai pasar, akan muncul berbagai jenis kontrak yang dibuat oleh pelaku usaha. Mulai dari perjanjian jual beli, sewa, sewa-menyewa, leasing, dan lain-lain. Hukum kontrak dipahami sebagai aturan hukum yang berhubungan dengan pelaksanaan atau perjanjian tertentu.

Kontrak perjanjian adalah salah satu sumber hukum perikatan. Sebagaimana yang diatur di pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata². Pertama, terdapat kesepakatan di antara pihak-pihak yang terikat; kedua, kecakapan para pihak untuk menciptakan suatu perikatan; ketiga, objek yang jelas; dan keempat, sebab (*causa*) yang sah.

Di era milenial ini, media yang paling penting dan memiliki jangkauan terluas adalah internet, yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi. Perkembangan teknologi internet,

¹ H S Salim, *Hukum Kontrak: Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Yogyakarta: Suluh Media, 2021. Hlm: 3

² Retna Gumanti, "Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau Dari KUHPerdata) Retna Gumanti Abstrak," *Jurnal Pelangi Ilmu* 5, no. 1 (2012): 2. Hlm: 6

yang merupakan bentuk dari media baru, digunakan sebagai penghubung dalam proses komunikasi. Saat ini, manusia hidup dalam dunia yang sangat dipengaruhi oleh teknologi. Ketika membahas teknologi dalam konteks media baru, muncul istilah media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi. Kini, banyak orang lebih memilih berkomunikasi secara virtual daripada secara langsung. Hal ini berkaitan dengan jaringan sosial, di mana seseorang dapat berinteraksi dengan teman-teman secara *online* melalui pembaruan status, *chatting*, permainan, dan lainnya.³

Saat ini, media sosial menjadi salah satu metode baru dalam memasarkan produk dan layanan, serta membangun komunikasi dengan konsumen melalui platform tersebut. Media sosial merupakan wajah baru terutama dalam bisnis karena sosial media menjadi wadah yang berkembang dengan sangat cepat dan telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat di era ini. Media sosial pada era sekarang banyak pekerjaan yang hadir salah satunya ialah kehadiran *food vlogger* di dunia media sosial. *Food vlogger* merupakan seseorang yang gemar melakukan *review* atau memberikan penilaian terhadap makan. Ulasan tersebut nanti akan disusun rapih dalam sebuah vidio yang di unggah di media sosial dan mereka biasanya memiliki banyak pengikut (*followers*) yang bisa mempengaruhi banyak orang (*influencer*). Di kalangan pengguna internet dan media sosial, hal ini memberikan kesempatan untuk mengimplementasikan strategi pemasaran, terutama dalam menyampaikan

³ R.Rahma, "Publikasi Dan Promosi Kuliner Food Vlogger Di Media Sosial," *CAKARA : INDONESIA JOURNAL of COMMUNICATION* 3, no. 1 (2022): 68–75.Hlm: 9

informasi tentang produk. Pada media sosial *Food Vlogger* juga harus memiliki *personal branding* yang baik agar dapat membuat konten dengan pembuat konten lainnya. Selain konten yang diunggah harus berkualitas, konten tersebut juga harus menarik dan berbeda agar penonton dapat menikmati kualitas konten tersebut.

Salah satu jenis konten yang sering dibahas oleh para food vlogger adalah dukungan terhadap usaha kecil atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, disebutkan bahwa.:

“Perusahaan yang dikategorikan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh individu atau sekelompok kecil orang dengan jumlah aset dan pendapatan tertentu.”.

Pengusaha kecil umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis dan seringkali tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka lebih fokus pada cara menjual barang tanpa mempertimbangkan perbaikan produk yang mereka tawarkan agar lebih baik. Sebagian besar pengusaha UMKM hanya berfokus pada penjualan dan sering kali menghabiskan seluruh hasil usaha untuk konsumsi pribadi dan keluarga. Jika semua

pelaku UMKM menggunakan seluruh keuntungan mereka hanya untuk konsumsi pribadi, tentu tidak akan ada kemajuan dalam usaha mereka.⁴

Pada media sosial salah satu pekerjaan yang hadir yaitu *food vlogger*. Dalam mengerjakan pembuatan konten kuliner, *food vlogger* membuat ide-ide kreatif seperti membuat konten-konten spesial yang menarik. Hal yang menarik ini lah yang bisa membantu usaha kecil atau UMKM lebih dikenal orang banyak. Berawal dari hobi kegiatan publikasi kuliner, dapat dijadikan suatu hal bernilai ekonomis yang menguntungkan dua pihak. Salah satu keuntungan dari *food vlogger* yaitu memiliki *exposure* media sosial. *Exposure* media sosial di sini mengacu pada tingkat popularitas atau luasnya jangkauan yang diperoleh dari seseorang yang berpengaruh, seperti *influencer*. Umumnya, para pebisnis akan memberikan produk makanan kepada mereka untuk diposting di media sosial yang mereka miliki.

Para pedagang yang dinilai (*review*) dagangannya sering mengalami peningkatan di penjualan karena banyaknya antusias masyarakat ingin mencoba dagangannya. Tetapi, Di tengah banyak antusiasnya pihak UMKM yang mempergunakan *food vlogger* dalam perkembangan usaha kecilnya untuk mencapai prestasi dalam perjanjian kontrak. Prestasi merupakan suatu Ciri khas dari hukum *Common Law* Prestasi (*prestatie performance*) adalah adanya objek hukum atau hal

⁴ Krisna Putu and Nuratama Putu, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang., 2021. Hlm: 10

tertentu yang diikatkan, yang menciptakan hubungan hukum. Dalam Pasal 1234 KUHPerdata dijelaskan bahwa bentuk dari prestasi meliputi memberikan sesuatu, melakukan sesuatu, dan tidak melakukan sesuatu.⁵

Sehingga kedua belah pihak seperti pihak pedagang mendapatkan keuntungan dengan bisnisnya mendadak ramai pengunjung dan pihak *food vlogger* mendapatkan *exposure* di media sosial. Namun, terdapat banyak kasus wanprestasi atau ingkar janji. Istilah wanprestasi berasal dari bahasa Belanda dan berarti kegagalan dalam memenuhi prestasi atau kewajiban (serupa dengan istilah *wanbeheer* yang berarti pengelolaan yang buruk, dan *wanddad* yang berarti tindakan yang salah).⁶

Kasus yang pernah terjadi yaitu ada seorang *food vlogger* yang merasa tidak dihargai pihak rumah makan, padahal *food vlogger* tersebut telah menunjukkan jumlah pengikut (*followers*) namun, pemilik restoran tidak melayani sesuai dengan harapan *food vlogger*. *Food vlogger* mempunyai harapan setelah menunjukkan pengikutnya di media sosial akan mendapatkan makanan gratis dengan *exposure* diartikan sebagai keuntungan berkat *influencer* yang bisa mempopulerkan produk penjualan. Kemudian, keluhan tersebut akan mendapat sorotan dari warganet yang akan mempengaruhi dan menggiring opini di media sosial dan mempengaruhi nama *branding* serta kredibilitas bisnis.

⁵ Lukman Santoso Az, *Buku Aspek Hukum Perjanjian*, Penerbit Media Pustaka, 2019. Hlm: 8

⁶ M.H. Dr. Yahman, S.H., *KARAKTERISTIK WANPRESTASI DAN TINDAK PIDANA PENIPUAN Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual*, 2014. Hlm: 12

Selanjutnya ada juga pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengaku usaha sepi setelah *food vlogger* melakukan penilaian dengan menyebut kekurangan dari tempat makan tersebut sehingga mempengaruhi pendapat dari warga sosial media.

Satu hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa kegiatan ini dapat berjalan lancar jika sebelumnya telah tercapai kesepakatan atau kontrak antara pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan *food vlogger* mengenai apa yang perlu disiapkan dan kompensasinya. Tetapi realita yang terjadi sekarang banyak kasus wanprestasi yang terjadi antara pihak *food vlogger* dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) akibat kurangnya efektifitas kontrak perjanjian tersebut dan pengaruh dinamika sosial media pada perjanjian. Oleh karena itu, saya sebagai peneliti, tertarik untuk meneliti dengan judul “Efektivitas Kontrak Perjanjian Vlogger Kuliner (Food Vlogger) Dalam Mengatur Pembayaran Exposure di Media Sosial”.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah akan dibahas dalam proposal penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas perjanjian antara *food vlogger* dan pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tinjau dari hukum kontrak di Indonesia ?

2. Bagaimanakah peran media sosial dalam mempengaruhi dinamika kontrak pada *food vlogger* ?

B. Ruang Lingkup

Sejalan dengan objek yang diteliti untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas, ruang lingkup ini akan fokus pada efektivitas perjanjian antara *food vlogger* dan pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari perspektif hukum kontrak di Indonesia, serta pengaruh peran media sosial dalam dinamika kontrak perjanjian di Indonesia.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang akan menjadi tujuan yang hendak di capai dalam penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana efektivitas yang lebih baik untuk perjanjian antara *food vlogger* dan pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tinjau dari hukum kontrak di Indonesia melalui Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP).
2. Mengkaji secara objektif peran media sosial dalam mempengaruhi dinamika kontrak perjanjian dan pembayaran *food vlogger* dikaji dari pasal Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Adapun yang akan menjadi manfaat yang hendak di capai dalam penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjelaskan penyelesaian permasalahan yang peneliti sedang kerjakan serta dapat menambah pengetahuan dalam prespektif Hukum Perdata Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi banyak orang dan menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian atau dalam pembuatan peraturan yang relevan.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam suatu penelitian memuat topik pembahasan yang akan dijelaskan dalam penelitian ini. Berikut diberikan istilah-istilah yang berkaitan dengan proposal penelitian ini :

1. Pemahaman mengenai *food vlogger* adalah orang-orang yang bekerja dengan memanfaatkan internet sebagai media untuk menampilkan karya mereka. *Food vlogger* menggunakan video yang diunggah di media sosial. Sementara itu, *food influencer* adalah individu yang memiliki banyak pengikut di platform media sosial. *Food vlogger* yang juga berperan sebagai *influencer* dapat membuat unggahan yang berisi ulasan tentang makanan di berbagai tempat.⁷

⁷ Nurul Hasbiana, *Dasa-Dasar Kuliner*, 2022, <https://buku.kemdikbud.go.id>. Hlm: 12

2. Untuk memahami analisis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM merupakan kelompok usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang berfokus pada kegiatan ekonomi produktif, dengan kriteria yang telah diatur dalam undang-undang. Berdasarkan definisi UMKM tersebut, maka kriteria UMKM dapat dibagi menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.⁸
3. Pemahaman dari *exposure* media sosial menurut Blumler dalam Littlejohn, terpaan media (*media exposure*) merujuk pada perilaku individu dalam menggunakan media massa, termasuk aktivitas mendengarkan, menonton, dan membaca pesan-pesan yang disampaikan oleh media.⁹

E. Review Studi Terdahulu Yang Relevan

Setelah menelaah berbagai penelitian sebelumnya dapat dijadikan acuan dalam penelitian ini. Walaupun terdapat kesamaan dalam topik pembahasan tapi memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian terdahulu.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Selbi Allvi Sari,	Risiko Bisnis Pelaku Usaha	Risiko Bisnis Bagi Pelaku Usaha Akibat Aktivitas Influencer yang Menggunakan

⁸ Dede Djuniardi et al., *Kewirausahaan Umkm, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2022. Hlm: 7

⁹ Rizkynata Adam Satria, Suharyono Suharyono, and Rizal Alfisyahr, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia Yang Menggunakan Sepatu Merek Vans)," *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 50, no. 2 (2017): 210–16. Hlm: 13

	161000293 (2022)	Akibat Kegiatan Influencer Menggunakan Metode Exposure Dalam Perspektif Hukum Bisnis	Metode Eksposur dalam Perspektif Hukum Bisnis menunjukkan bahwa risiko bisnis yang dihadapi pelaku usaha mencakup kerugian material dan immaterial. Tanggung jawab hukum <i>influencer</i> terhadap pelaku usaha dapat ditinjau berdasarkan Buku III KUHPerdara, yang mencakup tanggung jawab akibat wanprestasi, seperti yang diatur dalam Pasal 1243 dan 1267 KUHPerdara. Selain itu, pelaku usaha dapat menyelesaikan masalah ini melalui jalur non-litigasi terlebih dahulu, dan jika tidak ada solusi, dapat dilandjutkan dengan jalur litigasi.
2.	Nurul Azizah Br Tarigan, 200602021 (2024)	Analisis Dampak Content Creator Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Di Kota Banda Aceh Perspektif Ekonomi Syariah	Mengetahui Dampak dari konten kreator terhadap perkembangan Usaha Kuliner di kota Banda Aceh serta Analisis dampak konten kreator ke usaha kuliner dalam prespektif Ekonomi Syariah.

Penelitian terdahulu dapat dijadikan acuan untuk meneliti. Kemudian, ada yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian dari penulis yaitu :

- a) Pada penelitian sebelumnya yang berjudul "Risiko Bisnis Pelaku Usaha Akibat Kegiatan Influencer Menggunakan Metode Exposure dalam Perspektif Hukum Bisnis," dibahas mengenai perspektif hukum bisnis melalui jalur litigasi.
- b) Pada penelitian sebelumnya yang berjudul "Analisis Dampak Content Creator Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Di Kota Banda Aceh Perspektif Ekonomi Syariah" dibahas mengenai pengaruh konten kreator dari sudut pandang ekonomi syariah. Dalam penelitian ini, penulis akan memusatkan perhatian pada efektivitas perjanjian antara food vlogger dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dengan tinjauan dari perspektif hukum kontrak di Indonesia berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP). Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji secara objektif peran media sosial dalam mempengaruhi dinamika kontrak dan pembayaran food vlogger, dengan merujuk pada pasal-pasal dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti pada proposal ini antara lain :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif kualitatif, yaitu dengan menguraikan data yang diperoleh berdasarkan norma hukum, teori-teori, serta doktrin yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif, di mana peneliti akan menggambarkan suatu peristiwa sesuai dengan kenyataan yang ada.

2. Jenis Data

Data sekunder adalah informasi atau data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari objek penelitian melalui sumber-sumber baik lisan maupun tertulis. Contoh data sekunder meliputi buku, jurnal, teks, majalah, surat kabar, dokumen, dan peraturan perundang-undangan..¹⁰

3. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah metode normatif. Metode ini memanfaatkan sumber-sumber yang telah ada untuk menghasilkan wawasan dalam kajian hukum. Bahan hukum primer, seperti peraturan perundang-undangan, dan bahan hukum sekunder, seperti literatur dan laporan penelitian yang relevan dengan masalah penelitian ini, akan digunakan.

¹⁰ Dr.Solikin Nur, *Buku Pengantar Penelitian Hukum*, 2021. Hlm: 6

4. Teknik pengolahan data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini akan menggunakan metode analisis terhadap data tekstual. Data tekstual yang diperoleh dari kepustakaan, literatur, dokumen hukum, makalah, artikel, dianalisis secara mendalam. Lalu setelah data diolah, hasil analisa akan digunakan dalam menyusun kesimpulan peneltian.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari dari 4 bab, yaitu :

BAB I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan tujuan, kerangka konseptual, review studi terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas tentang hukum kontrak di Indonesia, Tinjauan umum *food vlogger*, Tinjauan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Tinjauan umum *exposure* media sosial.

BAB III Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini membahas mengenai efektivitas yang lebih baik untuk perjanjian antara *food vlogger* dan pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tinjau dari hukum kontrak di Indonesia melalui Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), dan mengkanji secara objektif peran media sosial dalam mempengaruhi dinamika kontrak perjanjian dan

pembayaran *food vlogger* dikaji dari pasal Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

BAB IV Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran tentang penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdillah, Leon A. *Peranan Media Sosial Modern*, 2022. www.bening-mediapublishing.com.
- Az, Lukman Santoso. *Buku Aspek Hukum Perjanjian*. Penerbit Media Pustaka, 2019.
- Dr. Yahman, S.H., M.H. *KARAKTERISTIK WANPRESTASI DAN TINDAK PIDANA PENIPUAN Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual*, 2014.
- Endro Martono, Sigit Sapro Nugroho. *Hukum Kontrak Dan Perkembangannya*. Pustaka Iltizam, 2016.
- Salim, H S. *Hukum Kontrak: Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Yogyakarta: Suluh Media, 2021.
- Hasbiana, Nurul. *Dasa-Dasar Kuliner*, 2022. <https://buku.kemdikbud.go.id>.
- Hasibuan, Fauzie Yusuf. "Pra Kontraktual Dalam Hukum Perdata Indonesia," 2020.
- Nur, Dr.Solikin. *Buku Pengantar Penelitian Hukum*, 2021.
- Putu, Krisna, and Nuratama Putu. *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang., 2021.

B. UNDANG-UNDANG

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

C. JURNAL/ARTIKEL

- Bloom, Nicholas, and John Van Reenen. "Media Sosial Remaja." NBER Working Papers, 2013, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Dan, Perkawinan, Saddu Al- Z Ari, and A Pekawinan. "Media Exposure, Environmental Sensitivity, Kepemilikan Institusional, Independensi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility" 9, no. 2003 (2011): 22–52.
- Dede Djuniardi et al. *Kewirausahaan Umkm. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2022.
- Dwi Poetra, Ramadhika. "BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64." *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*. 1, no. 69 (2019): 5–24.
- Effendy, Rochmad, Putri Ayu Wulandari, Lian Agustina Setiyaningsih, and Ana Mariani. "Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial

- Youtube Sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos Sebagai Media Promosi Kuliner Lokal)." *Jurnal Nomosleca* 7, no. 2 (2021): 148–59. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.6581>.
- Erlina Sari Hasibuan, Rahmat Hidayat. "Perlindungan Pelaku Usaha Atas Review Food Vlogger Perspektif Wahbah Az- Zuhaili : Studi Kasus Di Platform Tik Tok Erlina Sari Hasibuan , Rahmat Hidayat Fakultas Syariah Dan Hukum , Universitas Islam Negeri Sumatera Utara , Medan , Indonesia PENDAHULUAN." *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 4 (2024): 3292–3301.
- Fadilah, Fahrian, Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu, Ilmu Politik, Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu, and Ilmu Politik. "Strategi Personal Branding Budiono Sukses Sebagai Food Vlogger Dalam Memperkuat Brand Image (Studi Kasus Pada Akun YouTube Budiono Sukses)" 09 (2025).
- Gumanti, Retna. "Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau Dari KUHPerdata) Retna Gumanti Abstrak." *Jurnal Pelangi Ilmu* 5, no. 1 (2012): 2.
- Hilmi, Rafiqi Zul, Ratih Hurriyati, and 50 ti. "E-Journal.Uajy" 3, no. 2 (2018): 91–102.
- Insan Kamil, Azahery, Pandji Ndaru Sonatra, and Nico Pratama. "Hukum Kontrak Dalam Perspektif Komparatif (Menyorot Perjanjian Bernama Dengan Perjanjian Tidak Bernama)." *Jurnal Serambi Hukum* 08, no. 02 (2014): 138–51. <https://media.neliti.com/media/publications/23085-ID-hukum-kontrak-dalam-perspektif-komparatif-menyorot-perjanjian-bernama-dengan-per.pdf>.
- JASMINE, KHANZA. *HUKUM KONTRAK. Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2014.
- Lie, Cathleen, Natashya, Vivian Clarosa, Yohanes Andrew Yonatan, and Mia Hadiati. "Pengenalan Hukum Kontrak Dalam Hukum Perdata Indonesia." *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 7, no. No. 1 (2023): 1–2. <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/4831>.
- "Lukman Santoso Az, Hukum Perikatan; Teori Hukum Dan Teknis Pembuatan Kontrak, Kerjasama, Dan Bisnis, (Malang: Setara Press, 2016), 7," n.d.
- R.Rahma. "Publikasi Dan Promosi Kuliner Food Vlogger Di Media Sosial." *CAKARA : INDONESIA JOURNAL of COMMUNICATION* 3, no. 1 (2022): 68–75.
- Rahmazuri, Nisa. "Analisis Peran Umkm Dalam Pemberdayaan Kaum Perempuan Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dakam Perspektif Ekonomi Islam." *Ekonomi* 561, no. 3 (2019): S2–3.
- Safitri, Lina Ayu, Diah Pradiatiningtyas, and Bayu Dewa. "Pengaruh Food Vlogger Dan Promosi Endorse Media Sosial Pada Brand Exposure Wisata

Kuliner Klaten Lina Ayu Safitri , Diah Pradiatiningtyas *, Chriswardana Bayu Dewa Daya Tarik Wisata Adalah Fokus Utama Yang Menggerakkan Berjalannya Sebuah Kegiatan Wisata Ya” 28, no. 3 (2023): 267–78.

Satria, Rizkynata Adam, Suharyono Suharyono, and Rizal Alfisyahr. “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia Yang Menggunakan Sepatu Merek Vans).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 50, no. 2 (2017): 210–16.

Sinaga, Roulinta Y, Sang Ayu Putu Rahayu, Mahrída, Nur Arifudin, Grace Kelly Hadi Putri Sihombing, Rizki Mumpuni Dyastuti, H. Agus Kasianto, Nynda Fatmawati Octarina, and Ahmad Arif Zulfikar. “Hukum Kontrak,” 2023.

Stevi, and Nyimas Artina. “Pengaruh Kesadaran Merek , Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 12, no. 1 (2022): 139–50.

Wicaksono, Bagus Putra. “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha Dan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Pelaku UMKM Di Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun.” *Repository Muhammadiyah University of Ponorogo* 1, no. 69 (2021): 5–24.

Yulianti, Rahmani Timorita. “Asas-Asas Perjanjian (Akad) Dalam Hukum Kontrak Syari’ah.” *La_Riba* 2, no. 1 (2008): 91–107.
<https://doi.org/10.20885/lariba.vol2.iss1.art7>.