

ABSTRAK

Penipuan dalam transaksi jual beli jasa titip (jastip) tiket konser boyband asal Korea Selatan, NCT Dream, melalui media sosial semakin marak terjadi. Pelaku usaha memanfaatkan antusiasme penggemar dengan menawarkan jasa pembelian tiket melalui platform seperti Instagram, Twitter, dan WhatsApp. Penelitian ini secara tujuan untuk melaksanakan analisis bentuk dari perlindungan hukum peruntukannya bagi pihak konsumen yang menjadi korban penipuan jasa titip tiket konser dan tanggung jawab yang diberikannya pelaku usaha kepada konsumen terhadap tindak pidana penipuan di transaksi jual beli jasa titip tiket konser. Hasil penelitian menunjukkan Konsumen memiliki hak yang sama di mata hukum dan dapat menuntut pelaku usaha yang beritikad buruk berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan hak atas perlindungan dan penyelesaian sengketa. Selain itu, Pasal 378 KUHP melindungi konsumen dari penipuan dengan memberikan sanksi pidana bagi pelaku yang memenuhi unsur-unsur penipuan. Dalam transaksi elektronik, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas UU ITE juga memberikan perlindungan dengan melarang penyebaran informasi bohong yang merugikan konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha dalam kasus ini dapat diwujudkan melalui mekanisme hukum perdata maupun pidana. Dalam hukum perdata, konsumen bisa melaksanakan pengajuan gugatan ganti rugi didasarkan dengan Pasal 1365 KUHP, sedangkan dalam hukum pidana, pelaku dapat dijerat dengan Pasal 378 KUHP kaitannya dengan penipuan atau Pasal 372 KUHP kaitannya dengan penggelapan. Pengadilan juga dapat memerintahkan pengembalian dana kepada korban dengan melibatkan lembaga keuangan untuk melacak dan memblokir rekening pelaku.

Kata Kunci : *Perlindungan Hukum; Penipuan; Jasa Titip Tiket; Media Sosial; Konsumen.*

ABSTRACT

Fraud in buying and selling transactions for entrusted services (jastip) for concert tickets for the South Korean boy band, NCT Dream, via social media is increasingly common. Business actors take advantage of fan enthusiasm by offering ticket purchasing services via platforms such as Instagram, Twitter and WhatsApp. This research aims to analyze the form of legal protection for consumers who are victims of concert ticket entrustment service fraud and the responsibilities given by business actors to consumers regarding criminal acts of fraud in buying and selling concert ticket entrustment services. The research results show that consumers have the same rights in the eyes of the law and can sue business actors who have bad intentions based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, which provides the right to protection and dispute resolution. In addition, Article 378 of the Criminal Code protects consumers from fraud by providing criminal sanctions for perpetrators who fulfill the elements of fraud. In electronic transactions, Law Number 1 of 2024 concerning the Second Amendment to the ITE Law also provides protection by prohibiting the spread of false information that is detrimental to consumers. The responsibility of business actors in this case can be realized through civil and criminal legal mechanisms. In civil law, consumers can file a claim for compensation based on Article 1365 of the Criminal Code, while in criminal law, perpetrators can be charged under Article 378 of the Criminal Code concerning fraud or Article 372 of the Criminal Code concerning embezzlement. The court can also order the return of funds to the victim by involving financial institutions to track and block the perpetrator's account.

Keywords: *Legal Protection; Fraud; Ticketing Services; Social media; Consumer.*