

ABSTRAK

Mudahnya akses terhadap internet dan masifnya penggunaan media sosial pada saat ini tidak hanya menimbulkan dampak positif, melainkan juga dampak negatif. Keberadaan media sosial saat ini dapat disalahgunakan oleh penggunaanya, salah satunya disalahgunakan oleh pelaku usaha untuk menjatuhkan pesaingnya menggunakan teknik *marketing* di media sosial dengan cara *black campaign*. Praktik *black campaign* akhir-akhir ini terjadi pada produsen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Le Minerale dengan memanfaatkan isu *greenwashing*. Penggunaan *black campaign* dapat merusak reputasi pesaing sehingga hal ini dapat menciptakan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pencegahan penggunaan *black campaign* menggunakan isu *greenwashing* kepada produsen-produsen AMDK dan mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi pengusaha yang terkena *black campaign* menggunakan isu *greenwashing* serta pengenaan sanksi bagi pelaku usaha yang menggunakan isu *greenwashing*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengkaji data sekunder saja yang berupa bahan pustaka yang didapatkan secara tidak langsung mengenai *black campaign* menggunakan isu *greenwashing* pada produsen AMDK. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif untuk menghasilkan data deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencegahan praktik *black campaign* menggunakan isu *greenwashing* pada produsen AMDK belum dijalankan secara efektif baik melalui Peraturan Perundang-Undangan, lembaga pengawas, maupun pelaku usaha. Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang terkena *black campaign* maupun pengenaan sanksi terhadap pelaku usaha yang menggunakan isu *greenwashing* di Indonesia belum maksimal karena kurangnya peraturan perundang-undangan yang memadai.

Kata kunci: Persaingan Usaha, *Black Campaign*, *Greenwashing*, Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).