

TANGGUNG JAWAB HUKUM DAN PENGARUH INFLUENCER SAHAM DALAM MEMBERIKAN REKOMENDASI INVESTASI DI MEDIA SOSIAL MENURUT HUKUM PASAR MODAL INDONESIA

Yatama Zahra¹, Glorya Anastasia Sirait²
yatamazahra@gmail.com¹, aprilanastasia040406@gmail.com²
Universitas Sriwijaya

ABSTRAK

Perkembangan zaman mempengaruhi perkembangan Hukum dan perilaku masyarakat dan teknologi di Indonesia, salah satunya dalam dunia maya hal platform-platform media sosial sekarang, menjadi perkembangan sebagai ruang dan tempat untuk berpendapat, berbincang, bahkan untuk pendidikan dan sumber utama penghasilan. Salah satu yang menjadi utama penarik perhatian adalah Influencer, sebagai influencer merupakan hal yang banyak orang lakukan sekarang bergerak di berbagai bidang seperti kuliner, kecantikan bahkan saham. Saham merupakan suatu tanda milik yang dimiliki seorang atau badan perusahaan yang menunjukkan keterlibatan modal baik oleh seseorang atau badan usaha, menarik para orang badan usaha untuk menjadi pemodal atau investor mengajak masyarakat untuk melakukan Investasi. Investasi di Indonesia merupakan hal yang menarik perhatian masyarakat sekarang, banyak orang ingin mendapatkan keuntungan dengan berinvestasi saham dan banyak pula Influencer yang mempromosikan dan mengenalkan suatu usaha perusahaan atau aplikasi yang dapat digunakan untuk bersaham. Oleh sebab itu diperlukan hukum untuk mengaturnya, agar tetap terjamin hak dan kewajiban setiap pihak serta sebagai mitigasi terjadinya keributan. Hukum Indonesia bersifat dinamis dimana mengikuti perkembangan masyarakat pula, menyesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Indonesia memberikan perlindungan terhadap investor sebagai konsumen dan memuat peraturan yang menjadi pedoman terhadap influencer. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif atau yuridis normatif yang dilakukan dengan cara menelaah norma-norma hukum yang berlaku serta mengkaji berbagai permasalahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, dengan adanya perkembangan zaman saat ini pengaruh influencer menunjukkan adanya keterkaitan yang erat antara perkembangan teknologi digital dengan sistem pengaturan pasar modal di Indonesia, namun pengaruh yang besar tersebut harus diimbangi dengan kesadaran akan batasan hukum dan tanggung jawab yang melekat pada setiap rekomendasi yang disampaikan kepada publik.

Kata Kunci: Investasi, Saham, Peraturan, Pemengaruh.

ABSTRACT

The development of the times has influenced the evolution of law, public behavior, and technology in Indonesia, particularly in the digital sphere. Social media platforms have increasingly become spaces for expression, discussion, education, and even primary sources of income. One of the most prominent phenomena is the rise of influencers, a profession now widely pursued across various fields such as culinary arts, beauty, and even stock investment. Shares represent proof of ownership held by individuals or corporate entities, indicating capital participation by investors. This has attracted many individuals and business entities to become investors and encouraged the public to engage in stock investment activities. Investment in Indonesia has gained significant public attention, as many people seek profits through stock investments. At the same time, numerous influencers promote and introduce companies or investment applications used for stock trading. Therefore, legal regulation is necessary to ensure the protection of rights and obligations of all parties involved and to mitigate potential disputes. Indonesian law is dynamic in nature, adapting to societal developments and evolving needs. Indonesia provides legal protection for investors as consumers and establishes regulatory guidelines governing influencer activities. This research employs a normative legal research method (juridical-normative approach), conducted

by examining applicable legal norms and analyzing various legal issues related to the subject matter. In the current era of rapid technological advancement, the influence of influencers demonstrates a close relationship between digital technological development and the regulatory framework of Indonesia's capital market system. However, such significant influence must be balanced with awareness of legal limitations and the responsibilities inherent in every recommendation delivered to the public.

KeyWords: *Investment, Stocks, Regulations, Influencer,*

PENDAHULUAN

Dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat dari zaman ke zaman, dimulai dari abad ke abad, perang dunia, hingga timbul hal-hal modern yang dapat dilihat saat ini. Manusia beradaptasi dengan peradaban, beradaptasi dari segi kesehatan, makanan, informasi dan teknologi. Dahulu manusia menggunakan apa yang alam miliki untuk bertahan hidup, seperti bahan makanan, dan juga bagaimana berinteraksi. Hingga perubahan zaman mempengaruhi seluruh dunia, manusia mulai memikirkan dan mencari solusi dari masalah atau kendala yang dimiliki. Dimulai dari pendidikan, manusia mulai memiliki ilmu dan pengetahuan, yang seluruhnya berdasarkan keingintahuan manusia. Keingintahuan manusia bertambah banyak seiring dengan kebutuhannya, sehingga manusia dan kelompoknya mencari solusi dalam menyelesaikannya.

Dimulai dari adanya Indonesia sebagai negara berdasarkan kemerdekaannya, Indonesia mulai berkembang. Didasari dengan alat-alat sederhana untuk bertahan hidup, berdasarkan pengalaman penjajahan Indonesia turut serta berkembang. Indonesia memiliki banyak perubahan dan perkembangan dari zaman ke zaman, baik dari kebiasaan dan kehidupan sosial maupun hingga kepada peraturan-peraturan baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis, Indonesia dari zaman penjajahan hingga sekarang, mengalami berbagai pergantian di peraturannya, mengikuti perkembangan masyarakat yang dinamis, dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan-kemajuan yang terjadi di dunia. Banyak peraturan yang tertuang dan disahkan untuk dapat mengatur masyarakat dan juga memastikan tujuan dari hukum itu sendiri, yaitu keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Seiring dengan perubahan, negara Indonesia mengalami berbagai perubahan pula dalam bentuk, peraturan, dan sifat dari negara itu sendiri, dimulai dari sistem presidensial, demokrasi parlementer atau liberal, masuk ke dalam masa orde lama yaitu demokrasi terpimpin hingga reformasi, semuanya dilakukan untuk mencari sistem dan hukum yang tepat kepada masyarakat agar sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kebaikan untuk masyarakat.

Selain peraturan-peraturan tentu teknologi menjadi perkembangan yang sangat pesat terjadi di dunia, dimulai adanya koneksi hingga kecanggihan hal lainnya seperti sekarang. Salah satunya ialah zaman dahulu masyarakat menggunakan surat untuk berkomunikasi, belanja langsung ke pasar untuk membeli bahan makanan, datang langsung ke toko saat memerlukan kebutuhan pokok, untuk mendapatkan uang perlu ke staff bank langsung dan televisi yang masih hitam putih. Yang mengalami sungguh banyak perbedaan apabila dibandingkan sekarang. Apabila dahulu segala terasa sulit, sekarang hanya dengan ponsel genggam semuanya dapat dilakukan. Dengan ponsel genggam atau yang sering di sebut Handphone, sekali klik dapat melakukan banyak hal, membeli barang, mengambil uang, bertemu atau berbincang melalui telepon suara dan video, menonton film bahkan mencari uang dengan menggunakan handphone.

Kecanggihan teknologi mempengaruhi bagaimana dunia bekerja, sehingga untuk kerja sekalipun dapat dilakukan dirumah. Kecanggihan dan kecerdasan berkembang melahirkan hal-hal baru yang banyak berubah, salah satunya ialah teknologi dan dunia maya, ketika keduanya dipersatukan menjadi suatu tren yang diminati banyak orang.

Dunia maya merupakan hal yang sangat diminati belakangan ini, orang-orang mulai menggugah atau bahkan hidup dalam dunia maya. Dunia maya merupakan salah satu kemajuan teknologi yang mempertemukan seluruh manusia dari seluruh negara untuk dapat berbincang, bahkan untuk dapat saling mengenal, dunia maya memberikan ruang untuk orang-orang berpendapat, memberi keluh kesah, mengimplementasikan ide-ide, bahkan untuk mendapatkan penghasilan. Salah satunya platform-platform terkenal yang banyak dipakai sekarang.

Saat ini media sosial adalah media yang banyak digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dan membangun relasi dengan sesamanya di dunia maya. Selain alat untuk relasi sosial atau berkomunikasi, media sosial dapat membentuk opini, sikap dan perilaku masyarakat yang menggunakannya. (Watie, 2016, p. 69). Kemudian, secara sederhana Mulawarman & Nurfitri (2017, p. 36) mendefinisikan media sosial sebagai suatu alat komunikasi yang dipakai oleh penggunanya dalam suatu proses sosial. Media sosial saat ini merupakan alat komunikasi dalam suatu proses sosial, yang dapat mempengaruhi pendapat, sikap dan perilaku para penggunanya. Selanjutnya, dari suatu sumber, ada dua definisi secara lebih spesifik menjelaskan tentang media sosial. Pertama, Kaplan & Haenlein (2010) meringkas konsep media sosial sebagai aplikasi internet yang mendukung pembuatan dan pertukaran konten karya si pemakai, yang membutuhkan level pengungkapan diri tertentu dan yang memungkinkan level kehadiran sosial tertentu. Kedua, Carr and Hayes (2015) mendefinisikan sosial media sebagai saluran berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi secara oportunistik dan selektif dalam menampilkan dirinya, baik secara realtime atau tidak, dengan audiens yang luas atau sempit, yang mendapatkan nilai dari konten yang dibuat pengguna dan persepsi dari interaksinya dengan orang lain (Beemt, Thurlings, & Willems, 2020, p. 35).

Platform atau aplikasi yang dibuat sekarang tentunya membuat banyak orang tertarik, melakukan dan mengemukakan banyak hal, terlebih di tahun-tahun sebelum 2020 seluruh negara mengalami Covid-19 dimana mewajibkan seluruh orang untuk tetap berada dalam rumah semasa jangka waktu yang ditentukan, tentunya membuat dunia maya menjadi satu-satunya jalan masyarakat untuk dapat berkomunikasi, bahkan untuk belajar dan menjadi sumber penghasilan salah satunya yang diminati sekarang adalah menjadi mempengaruhi atau yang sering disebut influencer. Influencer merupakan suatu pekerjaan yang banyak diincar sekarang, yang dimana merupakan suatu hal utama yang banyak hadir di media sosial sekarang. Influencer sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu influence yang dalam bahasa Indonesia berarti memengaruhi. Artinya influencer adalah seseorang yang memiliki pengaruh atau orang yang bisa mempengaruhi orang lain, secara umum, influencer adalah sosok public figure yang aktif di media sosial dengan jumlah follower yang besar, sehingga pesan, opini, atau konten yang disampaikan melalui media sosial tersebut berpotensi viral dalam komunikasi digital, influencer berperan sebagai aktor yang menjembatani informasi dan nilai kepada publik.

Influencer sekarang tentunya meluas, tidak hanya memberikan informasi, namun banyak hal lainnya yang bahkan dijadikan sumber penghasilan, menampilkan banyak hal-hal lainnya, termasuk mempromosikan barang, media, aplikasi, film suatu identitas atau citra tertentu. Setiap influencer memiliki bidangnya masing-masing, ada yang bergerak di bidang kecantikan, konten, komedi, atau menyampaikan opini-opini terkait politik, keagamaan dan banyak hal lainnya. Semua dapat dibahas dalam media sosial sekarang yang digunakan untuk mencari perhatian penonton dan membangun personal branding. Influencer memberikan pengaruh terhadap para pendengarnya, dapat pula menjadi suatu komunikasi dan ruang berdiskusi bersama. Rivalda Garpersz dkk 2024, melalui kajiannya tentang peran influencer dalam membentuk opini publik, menunjukkan

bahwa influencer media sosial mempunyai andil yang strategis sebagai pembentuk opini public dengan berfungsi sebagai digital opinion leader yang mampu mempengaruhi persepsi, sikap, dan respons masyarakat terhadap peristiwa melalui narasi empati, solidaritas, serta penyampaian informasi yang intens dan persuasif, influencer dapat meningkatkan awareness public, membangun kepedulian sosial, dan menggalang aksi seperti donasi dan bantuan kemanusiaan.

Salah satu yang menjadi perhatian dan menarik banyak peminat di dunia maya terlebih dalam dunia influencer ialah dunia persahaman. Salah satunya karena saham juga pula merupakan hal yang lagi hangat diperbincangkan di seluruh dunia, hampir seluruh dunia mengikuti perkembangan saham bahkan turut ikut andil dalam dunia saham. Sehingga saham juga menjadi topik yang menarik bagi para influencer, terlebih dengan banyak peminat yang ada dan bagaimana saham dapat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Banyak influencer dan pemain saham menjadikan media sosial sebagai platform utama untuk mempromosikan saham dalam berbagai bentuk, baik seperti dari aplikasi atau perusahaan-perusahaan besar saham yang sudah lama ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif atau yuridis normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah norma-norma hukum yang berlaku serta mengkaji berbagai bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian hukum normatif dipilih karena fokus penelitian ini adalah menganalisis kedudukan hukum dan tanggung jawab influencer saham dalam memberikan rekomendasi investasi melalui media sosial berdasarkan ketentuan hukum pasar modal di Indonesia.

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pasar modal dan pengawasan jasa keuangan. Bahan hukum sekunder meliputi buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta artikel yang relevan dengan topik penelitian. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber pendukung lainnya yang membantu menjelaskan istilah dan konsep hukum yang digunakan dalam penelitian ini.

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), yaitu dengan menelusuri dan menginventarisasi berbagai literatur dan peraturan yang relevan dengan permasalahan penelitian. Selanjutnya, bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode penafsiran hukum, seperti interpretasi gramatikal, sistematis, dan teleologis. Analisis dilakukan untuk menilai kesesuaian antara norma hukum yang berlaku dengan praktik pemberian rekomendasi saham oleh influencer di media sosial, kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif guna menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab Hukum Influencer Saham dalam Memberikan Rekomendasi Investasi di Media Sosial Menurut Hukum Pasar Modal Indonesia

Perkembangan pesat teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk informasi seputar investasi di pasar modal. Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Telegram kini menjadi ruang utama bagi individu maupun tokoh publik untuk memberikan opini dan rekomendasi investasi saham kepada audiensnya. Fenomena ini melahirkan istilah influencer saham atau influencer, yaitu individu yang memiliki pengaruh besar dan sering memberikan rekomendasi investasi kepada pengikutnya melalui konten daring.

Fenomena influencer saham berpotensi meningkatkan literasi keuangan dan minat masyarakat untuk berinvestasi. Namun, rekomendasi yang diberikan sering kali tidak disertai analisis yang mendalam atau dasar keahlian resmi, sehingga rentan menimbulkan keputusan investasi yang keliru atau merugikan investor, terutama investor pemula yang belum memiliki pengalaman. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan keterkaitan influencer media sosial dengan minat investasi, termasuk potensi munculnya *fear of missing out* (FOMO) di kalangan investor muda ketika mengikuti rekomendasi viral di platform daring.

Menurut Kasmir “ bahwa saham merupakan surat tanda kepemilikan perusahaan atas nama saham yang dibelinya, dan juga dapat diperjualbelikan (dipindahtangankan) kepada pihak lain”. Saham merupakan suatu tanda milik yang dimiliki seorang atau badan perusahaan yang menunjukkan keterlibatan modal baik oleh seseorang atau badan usaha. Dan return saham yang merupakan pengembalian kepada pemodal atau seseorang atau badan usaha berupa keuntungan yang didapat setelah melakukan invest atau memberikan modal dalam saham. Saham dilakukan tujuan utamanya untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pengeluaran atau modal yang ditanam. Dalam menentukan saham disebut juga dengan harga saham yaitu suatu harga yang ditawarkan dan ditetapkan dalam sebuah badan atau perusahaan yang membuka saham, berapa harga saham yang dapat dibeli, dan harga pasarnya yang merupakan harga akhir yang naik dan turun sepanjang waktu sesuai dengan perkembangannya. Harga tersebut merupakan salah satu indikator pengelolaan perusahaan, dan apabila berhasil mencapai harga tinggi merupakan keberhasilan dan kesenangan bagi Pemodal atau Investor yang berinvestasi.

Investasi merupakan suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa yang akan datang, sebelum pengambilan keputusan investasi, investor perlu mengadakan penilaian terhadap perusahaan melalui laporan keuangan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) investasi merupakan suatu kegiatan penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan yang dimana dalam produknya dapat berupa banyak bentuk dan jenisnya . Investasi dilakukan oleh banyak orang di zaman sekarang, karena keuntungannya bisa mencapai harga dan hasil yang sangat tinggi serta pengaplikasiannya yang dapat dikatakan dapat dimengerti dan dipelajari seiring dengan berjalannya waktu dan terlebih sudah banyak influencer saham yang memberikan pengajaran secara mudah dan gratis dalam menjadi investor atau dalam berinvestasi.

Investasi dapat berupa investasi dengan pembelian emas, rumah, tanah dan properti lainnya, namun seiring dengan perkembangan zaman tentunya investasi juga berkembang bidangnya, contohnya seperti saham, deposito, reksa dana. Investasi saham salah satu alternatif mudah yang dilakukan apabila tidak dapat mengurus dalam bentuk fisik seperti properti. Saham dapat dilakukan dalam telepon genggam yang dipunya seperti berbagai aplikasi dibawah naungan OJK.

Indonesia merupakan negara hukum dan negara yang demokratis, segala sesuatu memiliki peraturannya dan diatur dalam peraturan tertulis. Seiring dengan perkembangan zaman hukum di Indonesia juga berkembang secara dinamis mengikuti perkembangan manusia sebagai masyarakat. Sebab hukum harus sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat dan dapat diterapkan di masyarakat, apabila tidak berganti tentu adanya ketidak cocokan dalam pengimplementasiannya, masyarakat dulu dan sekarang tentulah berbeda dimulai dengan perilaku dan kehidupannya, sehingga perlu ada hukum yang mengaturnya. Seperti dalam hal dunia maya seperti platform-platform media sosial, informasi, komunikasi, keterbukaan publik yang sangat berbeda sekarang tentulah perlu

hukum baru untuk mengaturnya, apabila hukum tidak berkembang maka hanya sebagai catatan atau tulisan semata. Dahulu kebebasan berpendapat dilakukan oleh masyarakat dengan menyuarakan pendapatnya dengan beberapa cara namun biasanya hadir langsung dalam tempat. Berbeda dengan sekarang, banyak masyarakat mulai berpendapat melalui media sosial dan melakukan aksi-aksi lainnya dalam dunia maya seperti influencer, oleh sebab kebebasan yang sangat luas dalam dunia maya hukum dibutuhkan untuk menjaga tetap teraturnya masyarakat Indonesia. Salah satunya dalam hal saham, tentulah bukan hal mudah dan hal biasa, apabila tidak diatur tentunya akan memberikan kesempatan kerucuhan dan hal-hal tidak diinginkan terjadi, misalnya dalam hal penipuan oleh influencer, saham bodong, mengalami kerugian, atau tidak berjalannya suatu perjanjian oleh sebab itu perlulah diatur.

Dalam hal influencer yang bergerak di bidang saham, tentu ada tantangan. Apabila kerugian terjadi oleh para investor yang disebabkan oleh rekomendasi yang diberikan seorang influencer tentu menjadi tanggung jawab influencer. Dan tentunya berkaitan dengan hukum, kerugian yang dialami diatur dalam hukum, atas kemajuan perkembangan hukum investor memiliki hak yang dilindungi oleh hukum.

Sehingga para Influencer yang hendak mempromosikan suatu platform saham harus memperhatikan beberapa hal dalam aspek hukum, agar menjadi mitigasi terjadinya hal yang tidak diinginkan kedepannya.

Dasar hukum yang dapat digunakan influencer meliputi

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam undang-undang ini diatur dengan jelas perlindungan terhadap hak-hak konsumen salah satunya para peminat yang menjadi investor oleh aplikasi saham yang direkomendasikan oleh influencer. Setelahnya, ada pasal 17 dalam undang-undang ini yang mengatur bagaimana influencer dapat melakukan promosi dan pengiklanan yang hendak dilakukan, salah satunya seperti dijelaskan dalam ayat a pasal tersebut tidak boleh mempromosikan produk yang mengelabui atau membohongi konsumen.

Influencer sebagai pelaku usaha juga harus memperhatikan apa yang dilarang dan apa yang menjadi pedoman dalam peraturan yang dipegang sebagai acuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

2. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM)

Dalam pasal 64 undang-undang ini juga mengatur tentang bagaimana profesi-profesi yang membantu dalam penegakan pasar modal di Indonesia, dalam pasal 79 ayat (1) juga ditegaskan kembali bahwasannya keterangan-keterangan dilarang mengandung informasi atau fakta yang tidak benar. Dan dinyatakan dalam undang-undang ini bahwasannya yang menjadi penasihat investasi adalah suatu pihak yang mendapat persetujuan dari Bapepam.

3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

Peraturan OJK juga mengatur hal-hal yang berkaitan dengan investasi dan perlindungan terhadap investor dan memuat aturan laporan-laporan.

Dasar hukum dalam perlindungan Investor dapat meliputi:

1. Kuh Perdata

Dalam hal hukum keperdataan, sebagai investor memiliki perlindungan apabila terjadi kerugian atau perbuatan melawan hukum. Dalam Kuh Perdata pasal 1365 dinyatakan bahwasannya harus menggantikan kerugian yang dialami apabila terjadinya perbuatan melawan hukum dan menyebabkan kerugian.

2. UU ITE No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016

undang-undang ini memberikan perlindungan terhadap kejahatan atau perbuatan tidak menyenangkan yang terjadi dalam dunia teknologi dan kecanggihan seperti media sosial. Dalam hal seorang influencer yang melakukan, memberikan, menyebarkan

informasi berupa konten digital palsu dapat digugat dengan undang-undang ini.

3. Kuh Pidana

Apabila terbukti apa yang dilakukan seorang influencer adalah penipuan berupa pembohongan keterangan palsu, tipu muslihat, dan perbuatan menguntungkan diri sendiri dan orang lain secara melawan hukum. Kuh Pidana dapat menjadi dasar perlindungan seorang investor. Dalam Undang-Undang Kuh Pidana Pasal 378 tentang penipuan.

Dalam perspektif hukum pasar modal Indonesia, aktivitas memberi rekomendasi investasi seharusnya berada dalam lingkup profesi penasihat investasi yang diatur dan diawasi secara ketat oleh regulator. Fenomena kehadiran influencer saham yang memberikan rekomendasi tanpa izin atau kualifikasi menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal menunjukkan adanya kekosongan norma yang perlu dikaji lebih jauh, karena hal ini berada pada area abu-abu antara kebebasan berekspresi di ruang digital dan perlindungan hukum terhadap investor.

Kondisi ini memunculkan risiko hukum berupa potensi penyebaran informasi yang menyesatkan, konflik kepentingan (misalnya rekomendasi berbayar yang tidak transparan), dan kemungkinan manipulasi pasar. Untuk merespons fenomena tersebut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahkan mulai merancang skema pengawasan terhadap aktivitas influencer keuangan di media sosial guna memperkuat perlindungan konsumen dan integritas pasar modal.

Dengan demikian, penting dilakukan untuk menganalisis lebih jauh tanggung jawab hukum influencer saham di media sosial, termasuk bagaimana pengaturan hukum yang ada merespons fenomena ini, bagaimana potensi pelanggaran hukum pasar modal dapat terjadi, dan bagaimana mekanisme perlindungan investor saat rekomendasi yang diberikan influencer berujung pada kerugian finansial. Kajian tersebut diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan regulasi pasar modal di era digital.

B. Pengaruh Influencer Saham dalam Memberikan Rekomendasi Investasi di Media Sosial Menurut Hukum Pasar Modal Indonesia

Pengaruh influencer saham dalam memberikan rekomendasi investasi di media sosial telah dibuktikan secara empiris memiliki hubungan yang signifikan terhadap peningkatan minat dan keputusan investasi, khususnya pada investor ritel dan generasi muda yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi keuangan, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Rahma dan Nugroho (2023) yang menemukan bahwa variabel social media influencer dan fear of missing out (FoMO) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli saham, sehingga eksposur konten rekomendasi yang disampaikan melalui TikTok mampu mendorong intensi investasi responden secara nyata. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa rekomendasi yang dikemas secara komunikatif, persuasif, dan berulang melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai informasi tambahan, melainkan berperan sebagai faktor psikologis yang membentuk persepsi keuntungan dan urgensi untuk segera melakukan transaksi saham.

Sejalan dengan itu, penelitian Hidayat, Cholid, dan Megawati (2023) menunjukkan bahwa kualitas informasi yang disampaikan influencer serta tingkat kepercayaan pengikut terhadap figur digital tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi mahasiswa di pasar modal, di mana responden cenderung mengandalkan opini influencer dibandingkan melakukan analisis laporan keuangan secara mandiri, sehingga keberadaan influencer berperan sebagai mediator pengetahuan yang memengaruhi tindakan ekonomi investor pemula. Hal ini memperlihatkan bahwa hubungan antara influencer dan pengikutnya menciptakan bentuk otoritas informal yang dalam praktiknya mampu menggantikan peran penasihat investasi konvensional dalam membentuk

keputusan pembelian saham.

Penelitian Putri dan Rahmawati (2023) mengenai perilaku investor ritel di Indonesia juga memperlihatkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi positif dengan frekuensi transaksi saham, di mana arus informasi yang cepat dan viral melalui platform digital membentuk sentimen kolektif yang memengaruhi persepsi risiko dan ekspektasi keuntungan investor, sehingga rekomendasi influencer yang tersebar luas dapat menciptakan dorongan transaksi secara simultan pada saham tertentu. Korelasi ini menunjukkan bahwa pengaruh influencer tidak hanya terbatas pada ranah kognitif, tetapi juga berdampak pada perilaku pasar secara agregat melalui peningkatan aktivitas beli oleh investor ritel.

Dalam penelitian Pradana dan Sari (2024) ditemukan bahwa variabel social media influencer memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z, bahkan dalam beberapa model regresi kekuatan pengaruh influencer lebih dominan dibandingkan literasi keuangan, yang berarti keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada pemahaman fundamental yang mendalam melainkan pada tingkat kepercayaan dan daya tarik figur publik digital yang dianggap memiliki kompetensi di bidang saham. Dominasi pengaruh tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas personal branding influencer dapat menjadi determinan utama dalam pembentukan minat investasi, terutama pada kelompok usia produktif yang memiliki keterikatan tinggi terhadap media sosial.

Lebih jauh, penelitian Santoso (2022) mengenai sentimen publik dan pergerakan harga saham di Bursa Efek Indonesia mengungkapkan bahwa eksposur informasi yang viral melalui media, termasuk yang berasal dari figur publik atau influencer, berkontribusi terhadap volatilitas harga saham dalam jangka pendek akibat meningkatnya partisipasi investor ritel secara serentak, sehingga rekomendasi yang disampaikan secara masif melalui media sosial berpotensi memicu lonjakan permintaan yang berdampak langsung pada dinamika harga pasar. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pengaruh influencer tidak hanya berdampak pada tingkat individu, tetapi juga memiliki implikasi struktural terhadap stabilitas dan efisiensi pasar modal.

Selain temuan-temuan sebelumnya, pengaruh influencer saham dalam memberikan rekomendasi investasi di media sosial juga dapat dijelaskan melalui perspektif teori kredibilitas sumber (*source credibility theory*) yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan audiens terhadap komunikator sangat menentukan efektivitas pesan yang disampaikan, dan dalam konteks investasi digital penelitian empiris menunjukkan bahwa persepsi terhadap kompetensi, kejujuran, serta daya tarik influencer memiliki korelasi positif terhadap niat mengikuti rekomendasi saham yang diberikan, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian mengenai pengaruh kredibilitas influencer terhadap minat investasi generasi muda yang menemukan bahwa dimensi *trustworthiness* dan *expertise* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa meskipun influencer bukan penasihat investasi berlisensi, konstruksi citra profesional dan pengalaman yang dibangun melalui konten edukatif mampu menciptakan persepsi keahlian yang mendorong pengikut untuk mempercayai rekomendasi yang diberikan.

Di samping itu, pengaruh influencer saham juga berkaitan dengan fenomena *herding behavior* dalam pasar modal, yaitu kecenderungan investor untuk mengikuti tindakan mayoritas atau figur yang dianggap memiliki otoritas informasi, di mana penelitian mengenai perilaku investor ritel di Indonesia menunjukkan bahwa paparan informasi investasi melalui media sosial meningkatkan kecenderungan responden untuk melakukan keputusan investasi secara kolektif tanpa analisis independen yang memadai. Kondisi ini memperlihatkan bahwa rekomendasi yang viral dapat memicu aksi beli serentak pada

saham tertentu, sehingga pengaruh influencer tidak hanya bersifat individual tetapi juga sistemik karena membentuk pola transaksi massal.

Pengaruh tersebut juga diperkuat oleh faktor intensitas penggunaan media sosial yang tinggi pada generasi Z dan milenial, di mana penelitian mengenai pengaruh motivasi investasi dan influencer TikTok menemukan bahwa semakin sering individu terpapar konten rekomendasi saham, semakin tinggi pula probabilitas mereka untuk memiliki niat membeli saham dalam waktu dekat. Artinya, frekuensi dan konsistensi konten yang diproduksi influencer berperan sebagai stimulus berulang yang membentuk persepsi peluang keuntungan dan urgensi untuk bertindak, sehingga keputusan investasi sering kali diambil berdasarkan dorongan emosional dibandingkan evaluasi rasional terhadap kinerja fundamental emiten.

Lebih lanjut, penelitian terkait keputusan investasi mahasiswa menunjukkan bahwa keberadaan influencer sebagai figur yang komunikatif dan mudah dipahami menjembatani kesenjangan literasi keuangan, namun pada saat yang sama menciptakan ketergantungan informasi karena responden cenderung menunggu rekomendasi berikutnya sebelum melakukan transaksi, sehingga keputusan investasi menjadi sangat dipengaruhi oleh opini eksternal. Ketergantungan ini memperlihatkan bahwa influencer tidak hanya memicu minat awal, tetapi juga membentuk pola perilaku investasi berkelanjutan.

Dari sisi dampak pasar, penelitian mengenai sentimen publik dan pergerakan harga saham di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa eksposur informasi yang masif melalui media, termasuk dari figur publik digital, berkontribusi terhadap peningkatan volatilitas harga saham dalam jangka pendek akibat lonjakan volume transaksi oleh investor ritel, sehingga rekomendasi yang tersebar luas dapat menggeser keseimbangan permintaan dan penawaran di pasar sekunder. Hal ini menegaskan bahwa pengaruh influencer saham tidak berhenti pada perubahan sikap atau niat, tetapi memiliki konsekuensi nyata terhadap dinamika harga dan likuiditas saham tertentu.

Secara keseluruhan, tambahan temuan empiris tersebut memperkuat kesimpulan bahwa pengaruh influencer saham dalam memberikan rekomendasi investasi di media sosial bekerja melalui mekanisme kredibilitas personal, tekanan sosial kolektif, paparan informasi berulang, serta pembentukan sentimen pasar yang pada akhirnya membentuk keputusan investasi individu maupun pergerakan harga saham secara agregat, sehingga fenomena ini menjadi variabel penting dalam kajian perilaku keuangan modern dan perkembangan pasar modal digital di Indonesia.

KESIMPULAN

Tanggung jawab hukum dan pengaruh influencer saham dalam memberikan rekomendasi investasi di media sosial menunjukkan adanya keterkaitan yang erat antara perkembangan teknologi digital dengan sistem pengaturan pasar modal di Indonesia. Influencer saham telah menjadi aktor yang memiliki daya pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi, minat, dan keputusan investasi investor ritel, khususnya generasi muda yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi keuangan. Rekomendasi yang disampaikan melalui konten yang persuasif, komunikatif, dan mudah dipahami terbukti mampu mendorong tindakan transaksi saham secara nyata, bahkan dalam kondisi tertentu berkontribusi terhadap peningkatan volume perdagangan dan volatilitas harga saham di pasar.

Besarnya pengaruh tersebut menempatkan influencer pada posisi yang tidak lagi sekadar sebagai pembuat opini, tetapi sebagai pihak yang berpotensi memengaruhi mekanisme pasar. Dalam kerangka hukum pasar modal Indonesia, pemberian nasihat atau rekomendasi investasi pada dasarnya merupakan aktivitas yang berada dalam rezim

pengaturan dan pengawasan otoritas yang berwenang, karena berkaitan langsung dengan perlindungan investor dan stabilitas pasar. Oleh sebab itu, ketika rekomendasi saham diberikan tanpa kompetensi yang memadai, tanpa izin sebagai penasihat investasi, atau tanpa transparansi mengenai kepentingan tertentu, maka potensi tanggung jawab hukum dapat muncul, terutama apabila informasi yang disampaikan terbukti menyesatkan atau merugikan investor.

Prinsip keterbukaan informasi, keadilan, dan perlindungan investor menjadi landasan utama dalam menilai sejauh mana aktivitas influencer saham masih berada dalam batas yang diperbolehkan oleh hukum. Kebebasan berekspresi di ruang digital tidak dapat dilepaskan dari kewajiban untuk tidak menyebarkan informasi yang salah, manipulatif, atau mengarah pada praktik yang dapat mengganggu integritas pasar. Dengan demikian, tanggung jawab hukum influencer tidak hanya bersifat moral atau etis, tetapi juga dapat bersifat yuridis apabila memenuhi unsur-unsur pelanggaran sebagaimana diatur dalam ketentuan pasar modal.

Perkembangan ini menunjukkan bahwa transformasi digital di sektor keuangan menuntut penyesuaian pendekatan regulasi dan peningkatan literasi hukum bagi masyarakat. Influencer saham dapat berperan sebagai sarana edukasi dan peningkatan partisipasi publik di pasar modal, namun pengaruh yang besar tersebut harus diimbangi dengan kesadaran akan batasan hukum dan tanggung jawab yang melekat pada setiap rekomendasi yang disampaikan kepada publik. Dengan keseimbangan antara inovasi digital, pengawasan yang efektif, dan kesadaran hukum, diharapkan tercipta ekosistem pasar modal yang transparan, adil, dan memberikan perlindungan optimal bagi investor di Indonesia..

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, E., Nyulistiowati Suryanti dan Deviana Yunitasari. 2022. Kedudukan Influencer yang Merekomendasikan Saham Tertentu Berdasarkan Hukum Pasar Modal di Indonesia. Volume 27, No.2, 133-148.
- Astuti, Rina, dan Siti Rachmawati. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Informasi dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Berinvestasi Pasar Modal Mahasiswa di Sumatera Selatan.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan (JEMAK)* 3, no. 4 (2022): 112–124.
- Christanti, M dan Cahyani I.,2022. Instagram: Konstruksi Identitas Budaya Virtual Melalui Unggahan Foto Para Influencer Indonesia. *Jurnal Muara Ilmu Sosial*. Volume 6 No 1 2-9.
- Gunadi, N. dan Widyatama, J. 2021. Perhitungan Sebagai Seorang Investor Saham Atas Besaran Pajak Yang Harus Dibayarkan Kepada Negara. *Jurnal Locus Delicti* Volume 2 No 1 14-20
- I Gede Ananda Wibawa Putra, Luh Putu Mahyuni, “Analisis pengaruh Influencer terhadap pembentukan harga saham di Bursa Efek Indonesia” 25, (2023): 71–80.
- Kusumawardani, A.2023. “Pengaruh Return on Asset , Debt to Equity Ratio , Dan Current Ratio Terhadap Return Saham” Vol 4, no. 1 132–41. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1089>.
- Permana, G., Dkk. Perlindungan Hukum Bagi Investor Pasar Modal terhadap Kerugian yang Ditimbulkan oleh Rekomendasi Saham dari Grup Berbayar. 513-521
- Pramnesti, Salfina Dila, dan Mariana Mariana. “Pengaruh Financial Literacy dan Social Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 5, no. 1 (2025): 334–344.
- Salsabila, N., Aminuddin Ilmar dan Andi Kurniawati.2024. Kedudukan Influencer Terhadap Nilai Saham di Bursa Efek. *Jurnal Hasanuddin Civil and Bussines Law Reviw*. Vol 1, No. 2 122-125 .
- Saputra, Nur Rochman, dan Dewi Kusuma Wardani. “Pengaruh Motivasi Investasi, Social Media Influencer Tiktok dan FOMO sebagai Variabel Mediasi terhadap Minat Membeli Produk

- Saham di Pasar Modal pada Mahasiswa FKIP UNS.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 13, no. 3 (2025): 285–293.
- Saputra, Wawan, Fikril Islam, dan Iswinarti. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Investasi Investor Ritel di Indonesia.” *Journal of Comprehensive Science (JCS)* 4, no. 1 (2025): 18–27.
- Sumaragatha, I., dan Mulyana, S., 2025. Kedudukan Hukum Influencer Pasar Modal Dalam Perspektif Undang-Undang Pasar Modal. *Jurnal Private Law*. Volume 5, No 3. 982-990.
- Susanto, C. 2020. Literatur Review: Pengaruh Inflansi Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Return Saham. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Volume 2 No 5 590-597
- Wiyaka J., Hendri Hayadi, dan Tomsong Situmeang. 2023. Tinjauan Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Influencer Dalam Memasarkan Platform Investasi. *Jurnal Hukum to-ra*. Volume 9 173-183
- Yasir, M, dan Muhammad Saleh.2026. “Peran Influencer Indonesia Sebagai Penggerak Sosial Dalam Penanganan Bencana Alam Di Sumatera (Analisis Dramaturgi)” Volume 2, no. 1 13–21.