

URGENSI KRIMINALISASI FINANCIAL INFLUENCER ATAS PENYALAHGUNAAN PENGARUH DALAM PENYEBARAN INFORMASI EDUKATIF TANPA KEAHLIAN DI INDONESIA

Yulandita Ayunda¹ dan Gelar Ali Ahmad²

¹Fakultas Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, [Indonesia, yulandita.22147@mhs.unesa.ac.id](mailto:yulandita.22147@mhs.unesa.ac.id), <https://orcid.org/0000-0001-9744-588X>

²Fakultas Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, [Indonesia, gelarahmad@unesa.ac.id](mailto:gelarahmad@unesa.ac.id), <https://orcid.org/0000-0001-9744-588X>

Abstrak

Financial influencers hold significant influence over the financial decisions of millions of followers through financial education content, yet this influence may be abused when the information disseminated falls outside the disseminator's expertise, absent any endorsement relationship or affiliate commission from third parties. This study analyzes the regulation of Indonesian positive criminal law regarding the abuse of influence by educational financial influencers, and assesses the urgency of its criminalization. A normative juridical approach was employed using statutory and conceptual approaches, analyzed through a prescriptive method. The findings reveal that the Electronic Information and Transactions Law, the Consumer Protection Law, the National Criminal Code, and Financial Services Authority Regulation Number 6 of 2026 have not comprehensively regulated the criminal liability of educational financial influencers, given that the educational category under the latter regulation is notably the only category not requiring any expertise. Based on Moeljatno's theory of criminal liability, Hadjon's theory of legal protection, and Barda Nawawi Arief's theory of criminalization, this abuse of influence — whether through intent (dolus) or negligence (culpa) — fulfills all criteria for criminalization. This study concludes that criminalizing educational financial influencers is urgent and recommends establishing criminal norms through statutory revision, accompanied by strengthened expertise certification within existing sectoral regulations.

Keywords: financial influencer, criminalization, expertise, criminal law.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan fenomena baru dalam ekosistem digital Indonesia, yaitu munculnya influencer atau content creator yang memiliki kemampuan memengaruhi opini dan perilaku pengikutnya melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter (CNN, 2023). Berdasarkan laporan We Are Social tahun 2025, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221 juta jiwa atau setara 79,5 persen dari total populasi (Kementerian Komunikasi dan Digital Indonesia, 2025). Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi financial influencer untuk menyebarkan edukasi keuangan kepada jutaan pengikutnya secara mandiri, tanpa selalu

disertai hubungan endorsement atau komisi afiliasi dari pihak ketiga (Baskoro & Ahmad, 2018). Di satu sisi keberadaan financial influencer edukator membantu meningkatkan literasi keuangan masyarakat, namun di sisi lain besarnya pengaruh ini berpotensi disalahgunakan apabila tidak disertai keahlian yang memadai, mengingat influencer tidak memiliki persyaratan kualifikasi apapun meskipun menyebarkan edukasi keuangan kepada jutaan pengikut.

Hukum positif Indonesia sesungguhnya telah memiliki sejumlah instrumen yang relevan dengan aktivitas promosi oleh influencer, namun belum secara optimal menjangkau influencer sebagai subjek hukum tersendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen atas informasi yang benar dan melarang iklan yang menyesatkan, namun ketentuan tersebut dirancang untuk hubungan pelaku usaha-konsumen yang tidak dimiliki financial influencer edukator (Pemerintah Republik Indonesia, 1999). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang ITE melalui Pasal 28 ayat (1) mengancam pidana penyebar berita bohong yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik, namun penerapannya mensyaratkan adanya transaksi elektronik yang sulit dipenuhi ketika influencer hanya menyampaikan edukasi (Pemerintah Republik Indonesia, 2024). KUHP Nasional memuat ketentuan penyiaran berita bohong dalam Pasal 263-264, namun terkendala oleh unsur “keonaran” yang menurut Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 78/PUU-XXI/2023 harus berupa kekacauan fisik di ruang publik. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6 Tahun 2026 tentang Perilaku Penyampai Informasi Sektor Jasa Keuangan untuk pertama kalinya secara eksplisit mendefinisikan finfluencer ke dalam tiga kategori kegiatan, yaitu edukasi, pemasaran, dan pemberian rekomendasi, namun kategori edukasi justru tidak disyaratkan memiliki keahlian apapun dan sanksinya terbatas pada sanksi administratif.

Risiko penyalahgunaan pengaruh ini telah terbukti menimbulkan kerugian nyata. Pada tahun 2022, Indra Kenz mempromosikan platform binary option Binomo kepada

jutaan pengikutnya dengan janji keuntungan tanpa risiko, yang menyebabkan kerugian finansial bagi 144 korban dengan total kerugian mencapai Rp83,3 miliar (CNN Indonesia, 2022). Kasus tersebut dapat ditindak karena Indra Kenz memiliki dua kapasitas hukum, yaitu sebagai afiliator yang menerima komisi langsung dan sebagai pelaku usaha jasa edukasi berbayar, sehingga unsur kesengajaan relatif mudah dibuktikan melalui jejak transaksionalnya. Persoalan yang lebih mendesak justru muncul pada financial influencer edukator murni yang tidak menerima komisi afiliasi maupun menjual produk edukasi berbayar, sehingga pembuktian unsur kesengajaan menjadi jauh lebih sulit meskipun potensi kerugian yang ditimbulkan dapat sama besar atau bahkan lebih besar, mengingat tingginya tingkat kepercayaan audiens terhadap konten edukasi yang tampak bebas dari motif komersial.

Penelitian terdahulu telah membahas tanggung jawab hukum influencer dari berbagai perspektif, namun belum menjangkau persoalan yang menjadi fokus penelitian ini. Buak, Kermite, dan Kasenda (2023) mengkaji jasa promosi oleh influencer yang menyimpang dari ketentuan UUPK dan menyimpulkan bahwa influencer memiliki tanggung jawab perdata berdasarkan prinsip liability based on fault, namun penelitian tersebut berfokus pada wanprestasi dalam perjanjian endorsement, bukan pada penyalahgunaan pengaruh dalam konten edukasi. Daely (2025) menganalisis tanggung jawab hukum influencer atas produk yang dipromosikan melalui pendekatan tanggung jawab perdata, pidana, dan administratif secara umum, tanpa secara spesifik mengkaji urgensi kriminalisasi terhadap kategori edukator yang tidak memiliki hubungan komersial. Kholiq (2022) mengkaji pertanggungjawaban pidana influencer dalam kasus investasi ilegal berdasarkan Pasal 28 ayat (1) UU ITE, namun penelitian tersebut berangkat dari kasus yang telah memiliki jejak transaksional yang jelas, berbeda dengan financial influencer edukator murni yang menjadi fokus penelitian ini. Made dkk. (2022) mengkaji perlindungan hukum konsumen pengguna kosmetik ilegal yang diiklankan influencer,

yang juga terbatas pada satu sektor produk komersial tertentu. Dengan demikian, penelitian ini memiliki orisinalitas karena secara khusus menganalisis sinkronisasi peraturan perundang-undangan terkait penyalahgunaan pengaruh financial influencer edukator yang tidak memiliki hubungan endorsement maupun komisi afiliasi, serta merumuskan urgensi kriminalisasinya berdasarkan teori pertanggungjawaban pidana, teori perlindungan hukum, dan teori kebijakan hukum pidana.

Kekosongan norma pidana yang spesifik mengatur financial influencer edukator ini menjadi semakin penting untuk segera diisi mengingat besarnya pengaruh mereka terhadap keputusan finansial masyarakat dan seriusnya potensi kerugian yang dapat ditimbulkan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaturan hukum pidana positif Indonesia terhadap penyalahgunaan pengaruh financial influencer dalam penyebaran informasi edukasi di luar keahliannya; dan (2) urgensi kriminalisasi terhadap financial influencer yang menyalahgunakan pengaruhnya dalam penyebaran informasi edukasi di luar keahliannya.

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Bahan hukum primer yang digunakan meliputi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, KUHP Nasional (UU No. 1 Tahun 2023), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang ITE, Peraturan Kepala BAPPEBTI Nomor 83/BAPPEBTI/Per/06/2010, Peraturan OJK Nomor 13 Tahun 2025, dan Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026. Bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu, serta bahan hukum tersier berupa kamus dan artikel media massa, turut digunakan untuk memperkaya analisis. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), sedangkan teknik analisis bahan hukum menggunakan metode preskriptif untuk merumuskan argumentasi mengenai apa yang

seharusnya diatur (*ius constituendum*) berdasarkan norma hukum yang berlaku (*ius constitutum*) dan teori-teori hukum yang relevan, yaitu teori pertanggungjawaban pidana Moeljatno, teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon, serta teori kebijakan hukum pidana dan teori kriminalisasi Barda Nawawi Arief.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaturan Hukum Pidana Positif Indonesia terhadap Penyalahgunaan Pengaruh Financial Influencer dalam Penyebaran Informasi di Luar Keahliannya

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memuat beberapa ketentuan yang secara substansi berkaitan dengan aktivitas influencer, antara lain Pasal 4 huruf c tentang hak konsumen atas informasi yang benar, Pasal 9 dan Pasal 17 tentang larangan promosi yang menyesatkan, serta Pasal 20 tentang tanggung jawab pelaku usaha periklanan atas iklan yang diproduksi (Pemerintah Republik Indonesia, 1999). Ketentuan-ketentuan tersebut dirancang untuk menjangkau hubungan komersial antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga financial influencer edukator yang menyampaikan informasi secara mandiri tanpa imbalan dari pihak manapun berada di luar definisi pelaku usaha periklanan. Terdapat pandangan yang menyamakan influencer dengan perusahaan periklanan berdasarkan Pasal 35 PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Rahmandini, Bafadhal, & Hidayah, 2021), namun penyamaan tersebut bersifat analogis dan tidak dapat menjadi dasar pertanggungjawaban pidana yang sah karena bertentangan dengan asas *nullum crimen sine lege stricta* yang melarang perluasan norma pidana melalui analogi (Moeljatno, 2008). Dengan demikian, UUPK belum memadai untuk menjangkau influencer edukator, baik dari sisi kejelasan subjek hukum, standar keahlian, maupun sanksi pidana yang tersedia.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas UU ITE melalui Pasal 28 ayat (1) mengatur ancaman pidana maksimal 6 tahun penjara dan/atau denda Rp1 miliar bagi setiap orang yang dengan sengaja menyebarkan berita bohong yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik (Pemerintah Republik Indonesia, 2024). Penerapan pasal ini menghadapi dua kendala mendasar terhadap

financial influencer edukator. Pertama, kesulitan membuktikan unsur kesengajaan karena tidak adanya batasan keahlian yang jelas, sebagaimana tercermin dalam kasus Indra Kenz di mana hakim membuktikan unsur “dengan sengaja dan tanpa hak” bukan dari konten informasinya, melainkan dari ketiadaan izin dan sertifikasi terdakwa sebagai Pialang Berjangka berdasarkan Peraturan Kepala BAPPEBTI Nomor 83/BAPPEBTI/Per/06/2010 (CNN Indonesia, 2022). Kedua, Pasal 28 ayat (1) mensyaratkan adanya kerugian dalam transaksi elektronik, sehingga penyebaran informasi menyesatkan tanpa disertai transaksi langsung berpotensi tidak terjangkau oleh ketentuan ini.

KUHP Nasional (UU No. 1 Tahun 2023) memuat Pasal 263 dan Pasal 264 tentang penyiaran berita bohong yang mengakibatkan keonaran, yang secara konseptual paling mendekati karena tidak mensyaratkan hubungan usaha maupun transaksi. Namun, Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 78/PUU-XXI/2023 menegaskan bahwa frasa “mengakibatkan keonaran” mutlak mensyaratkan adanya manifestasi fisik berupa kerusuhan nyata di ruang publik, sehingga kerugian yang bersifat privat, individual, dan tersebar akibat informasi keuangan keliru di media sosial tidak dapat menjangkau ketentuan ini. Ketentuan delik penyertaan dalam Pasal 20 dan Pasal 21 KUHP Nasional juga sulit diterapkan karena mensyaratkan bukti kesepakatan niat jahat (*meeting of minds*), sementara financial influencer dapat dengan mudah berlindung di balik disclaimer seperti “Do Your Own Research” untuk mematahkan tuduhan niat jahat tersebut (Kholiq, 2022).

Peraturan sektoral menunjukkan perkembangan yang progresif namun tetap belum memadai. Peraturan Kepala BAPPEBTI Nomor 83/BAPPEBTI/Per/06/2010 hanya mengatur pihak yang memiliki izin resmi seperti Pialang Berjangka dan tidak menyebut influencer sebagai subjek yang diatur secara langsung. Peraturan OJK Nomor 13 Tahun 2025 untuk pertama kalinya mengklasifikasikan influencer sebagai pegiat media sosial, namun hanya pada sektor pasar modal dan sanksinya tetap bersifat administratif. Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026 tentang Perilaku Penyampai Informasi Sektor Jasa Keuangan

menjadi pengaturan paling responsif dengan secara eksplisit mendefinisikan finfluencer ke dalam tiga kategori — edukasi, pemasaran, dan pemberian rekomendasi — namun persyaratan keahlian pada kategori pemberian rekomendasi bersifat parsial: kewajiban izin berlaku apabila sektor terkait telah mengaturnya (Pasal 8 ayat (1) huruf a), sementara kewajiban sertifikasi secara eksplisit hanya berlaku untuk rekomendasi aset keuangan digital (Pasal 8 ayat (1) huruf c), sedangkan kategori edukasi sama sekali tidak mensyaratkan keahlian apapun berdasarkan Penjelasan Pasal 5 ayat (1) huruf a, sedangkan kategori edukasi keuangan hanya diwajibkan untuk tidak menyebut merek tertentu tanpa disertai syarat keahlian apapun. Sanksi yang tersedia bagi Penyampai Informasi juga terbatas pada sanksi administratif berupa pembinaan dan pemutusan akses, sebagai konsekuensi dari kedudukan OJK yang secara konstitusional tidak memiliki kewenangan membentuk norma pidana baru. Bahkan OJK sendiri telah mengusulkan kepada DPR Komisi XI agar norma pidana bagi finfluencer diatur melalui undang-undang (Binemasri, 2026).

Hasil sinkronisasi terhadap keseluruhan peraturan menunjukkan bahwa tidak ada satu pun instrumen hukum yang secara komprehensif menjangkau penyalahgunaan pengaruh financial influencer edukator sebagai kesatuan perbuatan yang utuh: UU ITE mensyaratkan transaksi elektronik, UUPK mensyaratkan hubungan pelaku usaha, KUHP Nasional mensyaratkan keonaran berupa kekacauan fisik, sementara peraturan sektoral hanya menjangkau sanksi administratif. Kondisi ini menciptakan ketimpangan perlindungan hukum apabila dibandingkan dengan profesi lain yang menyebarkan informasi di bidang sensitif, seperti dokter dan akuntan publik, yang memiliki standar keahlian dan mekanisme pertanggungjawaban pidana yang jelas. Dengan demikian, terdapat kekosongan norma pidana yang nyata dan bersifat struktural, yang hanya dapat diisi melalui pembentukan atau revisi undang-undang.

2. Urgensi Kriminalisasi terhadap Financial Influencer yang Menyalahgunakan Pengaruhnya dalam Penyebaran Informasi Edukasi di Luar Keahliannya

Berdasarkan teori pertanggungjawaban pidana Moeljatno, pertanggungjawaban pidana mensyaratkan tiga unsur, yaitu kemampuan bertanggung jawab, adanya kesalahan (dolus maupun culpa), dan tidak adanya alasan pemaaf, sejalan dengan asas *geen straf zonder schuld* (Moeljatno, 2008). Financial influencer edukator pada umumnya memenuhi unsur kemampuan bertanggung jawab sebagai individu dewasa yang menjalankan aktivitas pembuatan konten secara sadar. Berbeda dengan kasus Indra Kenz yang memiliki jejak transaksional jelas berupa komisi afiliasi dan penjualan kelas berbayar sehingga unsur kesengajaan relatif mudah dibuktikan, financial influencer edukator murni memperoleh keuntungan secara tidak langsung melalui monetisasi konten, sehingga pembuktian dolus menjadi lebih sulit. Dalam kondisi demikian, kealpaan (culpa) menjadi basis pertanggungjawaban yang lebih relevan: seorang financial influencer yang memperoleh keuntungan dari monetisasi kontennya memiliki standar kehati-hatian (*due diligence*) yang seharusnya diterapkan sebelum menyebarkan informasi keuangan kepada jutaan pengikutnya (Ningsih, Ketut, & Manik, 2026). Dua unsur culpa menurut Moeljatno terpenuhi secara objektif: kurang hati-hati (*onachtzaamheid*) apabila influencer tidak melakukan verifikasi minimum sebelum menyampaikan informasi sebagai fakta, dan dapat menduga akibatnya (*voorzienbaarheid*) mengingat besarnya jangkauan audiens yang menjadikan kerugian massal sebagai sesuatu yang seharusnya dapat diperkirakan. Tanpa batasan keahlian yang jelas, sulit untuk mengukur secara objektif standar kehati-hatian tersebut, sehingga justru memperkuat argumen perlunya norma pidana yang menetapkan batasan keahlian sebagai tolok ukur kesalahan. Kealpaan yang dimaksud berbeda dari kesalahan opini yang dilindungi kebebasan berekspresi — yang dikriminalisasi bukan

kekeliruan substansi informasinya, melainkan kelalaian memenuhi standar kehati-hatian yang melekat pada posisi edukator yang diklaim sendiri oleh pelaku.

Teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon menegaskan bahwa perlindungan hukum dapat diwujudkan dalam bentuk preventif dan represif (Hadjon, 1987). Masyarakat sebagai konsumen informasi keuangan di ruang digital berada dalam kondisi asimetri informasi yang membutuhkan kedua bentuk perlindungan tersebut. Perlindungan preventif dapat diwujudkan melalui penguatan kewajiban sertifikasi keahlian dalam Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026, yang saat ini hanya berlaku pada kategori pemberian rekomendasi, agar diperluas ke kategori edukasi keuangan. Perlindungan represif diwujudkan melalui norma pidana yang secara spesifik mengatur pertanggungjawaban financial influencer yang terbukti menyalahgunakan pengaruhnya — suatu bentuk perlindungan yang tidak dapat diwujudkan melalui POJK semata karena keterbatasan kewenangan OJK untuk membentuk norma pidana.

Ditinjau dari teori kebijakan hukum pidana dan teori kriminalisasi Barda Nawawi Arief, penyalahgunaan pengaruh financial influencer edukator memenuhi seluruh kriteria kriminalisasi (Arief, 2008). Pertama, terdapat perbuatan yang merugikan atau membahayakan masyarakat, sebagaimana tergambar dari skala kerugian pada kasus Indra Kenz yang mencapai Rp83,3 miliar (CNN Indonesia, 2022). Kedua, terdapat kepentingan hukum yang dilindungi, yaitu hak masyarakat atas informasi keuangan yang benar dan keselamatan finansialnya. Ketiga, kriminalisasi ini sesuai dengan arah kebijakan hukum nasional, sebagaimana ditunjukkan oleh usulan resmi OJK kepada DPR Komisi XI (Binekasri, 2026). Keempat, prinsip *ultimum remedium* tetap diperhatikan dengan mengutamakan penguatan sarana non-penal berupa sertifikasi keahlian sebelum menjatuhkan sanksi pidana untuk pelanggaran berat. Kelima, kriminalisasi ini memiliki daya guna yang efektif karena alat bukti elektronik telah diakui kekuatan pembuktiannya dalam sistem hukum Indonesia (Ningsih, Ketut, & Manik, 2026).

Berdasarkan ketiga teori tersebut, penelitian ini mengusulkan konsep pengaturan yang bersifat integral dan bertingkat. Sarana preventif diwujudkan melalui revisi Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026 yang mewajibkan financial influencer kategori edukasi memiliki sertifikasi keahlian dasar di bidang keuangan, sehingga membentuk standar objektif yang juga berfungsi sebagai tolok ukur pembuktian unsur kesalahan. Sarana represif diwujudkan melalui norma pidana yang memuat definisi yuridis influencer sebagai subjek hukum tersendiri yang mencakup kategori edukator, rumusan perbuatan yang dilarang berupa penyebaran informasi keuangan di luar sertifikasi keahliannya baik secara sengaja maupun karena kealpaan yang mengakibatkan kerugian masyarakat, ancaman sanksi pidana yang proporsional, serta mekanisme pembuktian berbasis alat bukti elektronik. Kedua instrumen ini harus berjalan secara sinergis agar tercipta sistem perlindungan hukum yang komprehensif, proporsional, dan adaptif terhadap perkembangan ekosistem finfluencer edukasi keuangan di Indonesia.

C. KESIMPULAN

Pengaturan hukum pidana positif Indonesia terhadap penyalahgunaan pengaruh financial influencer dalam penyebaran informasi edukasi di luar keahliannya belum memadai dan mengandung kekosongan norma. UU ITE mensyaratkan adanya transaksi elektronik, UUPK mensyaratkan hubungan pelaku usaha-konsumen, KUHP Nasional mensyaratkan unsur keonaran berupa kekacauan fisik, sedangkan peraturan sektoral — termasuk Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026 sebagai pengaturan paling responsif — hanya mampu menjangkau sanksi administratif dan justru tidak mensyaratkan keahlian apapun pada kategori edukasi. Tidak ada satu pun instrumen hukum yang secara

komprehensif mengatur financial influencer edukator sebagai subjek hukum pidana tersendiri.

Kriminalisasi terhadap financial influencer yang menyalahgunakan pengaruhnya dalam penyebaran informasi edukasi di luar keahliannya adalah urgen. Berdasarkan teori pertanggungjawaban pidana Moeljatno, penyalahgunaan tersebut dapat memenuhi unsur pertanggungjawaban pidana, khususnya melalui basis kealpaan bagi influencer edukator murni yang tidak memiliki jejak transaksional. Berdasarkan teori perlindungan hukum Hadjon, masyarakat membutuhkan perlindungan preventif melalui penguatan syarat keahlian dan perlindungan represif melalui norma pidana baru. Berdasarkan teori kebijakan hukum pidana dan kriminalisasi Barda Nawawi Arief, penyalahgunaan pengaruh tersebut memenuhi seluruh kriteria kriminalisasi, yang diperkuat oleh fakta bahwa OJK sendiri telah mengusulkan norma pidana khusus bagi finfluencer kepada DPR.

Berdasarkan simpulan tersebut, penelitian ini menyarankan agar legislatif bersama pemerintah segera merumuskan norma pidana yang secara spesifik mengatur pertanggungjawaban financial influencer edukator melalui revisi UU ITE, UUPK, KUHP, atau undang-undang tersendiri yang mengatur ekosistem digital secara komprehensif. Otoritas Jasa Keuangan disarankan memperkuat Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026 dengan memperluas kewajiban sertifikasi keahlian ke kategori edukasi keuangan sebagai sarana preventif yang dapat segera dilaksanakan. Aparat penegak hukum disarankan meningkatkan kapasitas dalam menangani perkara yang melibatkan financial influencer, termasuk optimalisasi alat bukti elektronik dan sinkronisasi penegakan hukum lintas lembaga. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji perbandingan regulasi influencer di negara lain serta efektivitas penerapan Peraturan OJK Nomor 6 Tahun 2026 setelah berjalan beberapa waktu.

REFERENSI

- Arief, B. N. (2008). Bunga rampai kebijakan hukum pidana: Perkembangan penyusunan konsep KUHP baru. Kencana.
- Hadjon, P. M. (1987). Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia. PT. Bina Ilmu.
- Moeljatno. (2008). Asas-asas hukum pidana. Rineka Cipta.
- Binekasri, R. (2026). OJK: Hati-hati influencer komentar saham bisa kena pidana. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20260407104535-17-724450/ojk-hati-hati-influencer-komentar-saham-bisa-kena-pidana>
- Buak, Y. T., Kermite, J. A., & Kasenda, V. D. D. (2023). Kajian hukum terhadap jasa promosi oleh influencer pada media sosial yang menyimpang dari ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Lex Privatum*, 11(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexprivatum/article/view/47772>
- CNN. (2023). Apa itu influencer? Pengertian, jenis, dan cara kerjanya. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya>
- CNN Indonesia. (2022). Jaksa: Korban Binomo Indra Kenz 144 orang, total kerugian Rp83 M. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220812164016-12-833964/jaksa-korban-binomo-indra-kenz-144-orang-total-kerugian-rp83-m>
- Daely, P. P. S. (2025). Tanggung jawab hukum influencer terhadap produk yang dipromosikan di media sosial. *Jurnal Hukum Nusantara*, 2(2). <https://journal.myrepublikcorp.com/index.php/leuser/article/view/150>
- Hakim, L., & Ahmad, S. (2025). Pertanggungjawaban pidana influencer atas penyebaran informasi hoaks di media sosial berdasarkan Undang-Undang ITE. *Jurnal Hukum USK*, 8(4), 7035–7045. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i4.50186>
- Baskoro, F. P., & Ahmad, G. A. (2018). Analisis hukum orang tua yang menjadikan anak sebagai media endorsement suatu produk. *Novum: Jurnal Hukum*, 5(2). <https://doi.org/10.2674/novum.v0i0.63144>
- Kementerian Komunikasi dan Digital Indonesia. (2025). Komitmen pemerintah melindungi anak di ruang digital. [komdigi.go.id. https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital](https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital)

- Kholiq, A. (2022). Kajian pertanggungjawaban pidana influencer terhadap investasi ilegal. *Jurnal Esensi Hukum*, 4(2).
<https://journal.upnvj.ac.id/index.php/esensihukum/article/view/166>
- Made, N., Ujianti, N. P. P., & Kosmetik Ilegal. (2022). Perlindungan hukum terhadap konsumen bagi pengguna kosmetik ilegal yang diiklankan influencer di media sosial. *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(2).
<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/4936>
- Rahmandini, A., Bafadhal, F., & Hidayah, L. N. (2021). Tanggung jawab influencer dalam pemasaran produk usaha melalui Instagram. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*. <https://online-journal.unja.ac.id/Zaaken/article/view/16370>
- Ningsih, A., Ketut, L., & Manik, A. (2026). Pertanggungjawaban pidana influencer atas promosi produk ilegal melalui media sosial. *Journal of Comprehensive Science*, 5(3).
<https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/4099>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2023). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2024). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Pemerintah Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2010). Peraturan Kepala BAPPEBTI Nomor 83/BAPPEBTI/Per/06/2010 tentang Tata Cara Pelaksanaan Kegiatan Promosi atau Iklan, Pelatihan, dan Pertemuan di Bidang Perdagangan Berjangka Komoditi.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2025). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 13 Tahun 2025 tentang Pengendalian Internal dan Perilaku Perusahaan Efek yang Melakukan Kegiatan Usaha sebagai Penjamin Emisi Efek dan Perantara Pedagang Efek.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2026). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6 Tahun 2026 tentang Perilaku Penyampai Informasi Sektor Jasa Keuangan.

