

ANALISIS HUKUM PIDANA TERHADAP INFLUENCER MEDIA SOSIAL YANG MEMPROMOSIKAN ASET KRIPTO MELALUI SKEMA PUMP AND DUMP

Achmad Shiva'ul Haq Asjach

Universitas Muria Kudus

Email:202502001@std.umk.ac.id

Abstrak

Perkembangan aset kripto di era digital mendorong munculnya praktik promosi oleh influencer media sosial yang tidak jarang mengarah pada skema pump and dump yang merugikan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pertanggungjawaban hukum pidana terhadap influencer media sosial yang mempromosikan aset kripto melalui skema pump and dump. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan serta diperkuat dengan landasan normatif-religius yang bersumber dari nilai-nilai ajaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan influencer yang secara sengaja menyebarkan informasi menyesatkan, mengarahkan pembentukan harga secara manipulatif, dan memperoleh keuntungan dari kenaikan harga semu aset kripto dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum yang memenuhi unsur tindak pidana penipuan dan penyebaran informasi menyesatkan. Oleh karena itu, influencer dapat dimintai pertanggungjawaban pidana atas kerugian yang ditimbulkan kepada masyarakat.

Kata Kunci: aset kripto; influencer; penipuan; pertanggungjawaban pidana; pump and dump

Abstract

The development of crypto assets in the digital era has encouraged the emergence of promotional practices by social media influencers, which often lead to pump and dump schemes that cause losses to the public. This study aims to analyze the criminal legal liability of social media influencers who promote crypto assets through pump and dump schemes. The research method employed is normative juridical research using a statutory approach, relying on secondary data obtained through library research and strengthened by a normative-religious foundation derived from Islamic values. The findings indicate that influencers who intentionally disseminate misleading information, manipulate price formation, and gain profits from artificial increases in crypto asset prices may be legally classified as committing unlawful acts that fulfill the elements of criminal fraud and the dissemination of misleading information. Therefore, influencers may be held criminally liable for the losses suffered by the public.

Keywords: criminal liability; crypto assets; fraud; influencer; pump and dump

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan dan investasi. Salah satu fenomena yang menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah munculnya **aset kripto** sebagai instrumen investasi berbasis teknologi *blockchain* yang diperdagangkan secara global melalui platform digital.¹ Aset kripto menarik minat masyarakat luas karena menjanjikan kemudahan transaksi dan potensi keuntungan tinggi, namun pada saat yang sama juga menghadirkan risiko spekulatif serta ketidakpastian hukum yang tinggi.²

Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap aset kripto, **influencer media sosial** memainkan peran penting dalam membentuk opini dan keputusan investasi publik. Influencer kerap dijadikan rujukan oleh pengikutnya karena dianggap memiliki

kredibilitas, pengalaman, dan pengetahuan tertentu, meskipun dalam praktiknya tidak selalu memiliki kompetensi di bidang keuangan atau investasi.³ Promosi aset kripto yang dilakukan influencer sering kali disampaikan melalui narasi persuasif, testimoni personal, serta klaim keuntungan yang tidak disertai penjelasan risiko secara memadai, sehingga berpotensi menyesatkan masyarakat.⁴

Dalam praktik promosi aset kripto tersebut, tidak jarang ditemukan pola yang mengarah pada **skema pump and dump**, yaitu suatu bentuk manipulasi pasar dengan cara menaikkan harga aset secara artifisial melalui promosi masif dan terkoordinasi, kemudian menjual aset tersebut ketika harga mencapai titik tertinggi, sehingga menyebabkan penurunan harga secara

¹ Don Tapscott and Alex Tapscott, *Blockchain Revolution* (New York: Penguin Random House, 2016), hlm 25.

² Angela Walch, "The Path of the Blockchain Lexicon," *Review of Banking and Financial Law* 36 (2017): hlm 713.

³ Crystal Abidin, *Internet Celebrity: Understanding Fame Online* (Bingley: Emerald Publishing, 2018), hlm 45.

⁴ Karen E. Sandrik, "Social Media Influencers and Consumer Protection," *Journal of Consumer Policy* 43 (2020): hlm 123.

drastis dan merugikan investor lain.⁵ Skema ini pada dasarnya memanfaatkan kepercayaan publik terhadap influencer serta rendahnya literasi hukum dan keuangan masyarakat terkait mekanisme perdagangan aset kripto.⁶

Fenomena pump and dump dalam konteks aset kripto menimbulkan persoalan serius terkait **pertanggungjawaban pidana influencer media sosial**. Di satu sisi, influencer sering kali mengklaim bahwa aktivitas promosi yang dilakukan merupakan bentuk kebebasan berekspresi atau sekadar penyampaian opini pribadi. Di sisi lain, apabila promosi tersebut dilakukan secara sengaja, sistematis, dan mengandung informasi menyesatkan yang berdampak pada kerugian masyarakat, maka perbuatan tersebut berpotensi memenuhi unsur tindak pidana.⁷ Oleh karena itu, diperlukan kajian hukum pidana yang mendalam untuk menilai

sejauh mana influencer dapat dimintai pertanggungjawaban atas perbuatannya.

Secara teoretis, pertanggungjawaban pidana bertumpu pada adanya **perbuatan melawan hukum, kesalahan (mens rea)**, serta **hubungan kausal antara perbuatan dan akibat yang ditimbulkan**.⁸ Dalam konteks promosi aset kripto, influencer tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pihak yang dapat memperoleh keuntungan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari aktivitas promosi yang dilakukannya. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai posisi influencer sebagai subjek hukum pidana dalam praktik manipulasi pasar berbasis digital.⁹

Selain itu, kajian ini juga berkaitan erat dengan teori **penipuan dalam hukum pidana**, teori **perlindungan konsumen**, serta konsep **misleading**

⁵ John Coffee Jr., *Gatekeepers: The Professions and Corporate Governance* (Oxford: Oxford University Press, 2006), hlm 98.

⁶ OECD, *Consumer Policy and Fraud* (Paris: OECD Publishing, 2019), hlm 67.

⁷ Andi Hamzah, *Hukum Pidana Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm 112.

⁸ Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hlm 54.

⁹ Barda Nawawi Arief, *Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana* (Semarang: UNDIP Press, 2018), hlm 76.

information dalam ruang digital.¹⁰ Dalam hukum pidana Indonesia, perbuatan yang mengandung unsur kebohongan, tipu muslihat, atau penyebaran informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian pihak lain dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana penipuan. Namun, penerapan ketentuan pidana konvensional terhadap fenomena baru seperti kripto dan influencer masih menghadapi berbagai tantangan konseptual dan normatif.¹¹

Permasalahan utama yang muncul adalah adanya **kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein***. Secara normatif (*das sollen*), hukum menghendaki adanya perlindungan terhadap masyarakat dari praktik investasi yang manipulatif dan menyesatkan, serta menuntut adanya pertanggungjawaban hukum bagi pelakunya.¹² Namun secara empiris (*das sein*), praktik promosi aset kripto melalui skema pump and dump oleh

influencer masih marak terjadi, sementara penegakan hukum terhadap perbuatan tersebut belum berjalan secara optimal.¹³ Banyak kasus yang sulit diproses secara hukum karena belum adanya pengaturan yang secara eksplisit mengatur peran dan tanggung jawab influencer dalam promosi aset digital.

Kesenjangan tersebut diperparah oleh karakteristik aset kripto yang bersifat lintas batas, berbasis teknologi tinggi, dan belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem hukum nasional.¹⁴ Regulasi yang ada cenderung bersifat administratif dan sektoral, sementara aspek pidana terkait manipulasi harga dan promosi menyesatkan belum diatur secara komprehensif. Kondisi ini menciptakan ruang abu-abu hukum yang berpotensi dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menghindari pertanggungjawaban pidana.¹⁵

¹⁰ Jan Remmelink, *Hukum Pidana* (Jakarta: Gramedia, 2003), hlm 203.

¹¹ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm 89.

¹² Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Masyarakat* (Bandung: Angkasa, 2009), hlm 41.

¹³ Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum* (Yogyakarta: Liberty, 2016), hlm 22.

¹⁴ Primavera De Filippi and Aaron Wright, *Blockchain and the Law* (Cambridge: Harvard University Press, 2018), hlm 131.

¹⁵ Lawrence Lessig, *Code and Other Laws of Cyberspace* (New York: Basic Books, 2006), hlm 87.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek hukum investasi digital, perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, serta tanggung jawab hukum influencer dalam promosi produk.¹⁶ Namun, penelitian tersebut umumnya masih berfokus pada investasi konvensional atau platform perdagangan ilegal, dan belum secara spesifik mengkaji **skema pump and dump aset kripto** dengan menempatkan influencer sebagai aktor utama dalam manipulasi pasar digital.¹⁷

Dengan demikian, **kebaruan (state of the art)** penelitian ini terletak pada analisis komprehensif mengenai **pertanggungjawaban pidana influencer media sosial** dalam praktik promosi aset kripto yang mengandung unsur pump and dump, dengan mengintegrasikan pendekatan hukum pidana positif Indonesia dan **landasan normatif-religius yang bersumber dari nilai-nilai ajaran Islam** sebagai perspektif etik.¹⁸ Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan

pemahaman yang lebih utuh mengenai dimensi hukum dan moral dalam aktivitas ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk **menganalisis kualifikasi hukum pidana terhadap praktik promosi aset kripto melalui skema pump and dump oleh influencer media sosial, serta menelaah bentuk pertanggungjawaban pidana yang dapat dibebankan kepada influencer atas kerugian yang ditimbulkan kepada masyarakat.**

B. METODE PENELITIAN

Untuk memecahkan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, digunakan langkah-langkah penelitian yang disusun secara sistematis sesuai dengan karakteristik penelitian hukum. Metode penelitian yang digunakan adalah **penelitian yuridis normatif**, yaitu penelitian hukum yang bertumpu pada **data sekunder sebagai sumber utama**. Data

¹⁶ R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata* (Jakarta: Intermasa, 2001), hlm 55.

¹⁷ Rizal Ramli, "Aspek Hukum Investasi Digital," *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 27, no. 2 (2020): hlm 210.

¹⁸ Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm 33.

sekunder tersebut diperoleh melalui penelusuran berbagai bahan hukum dan dokumen yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga penelitian ini lebih menekankan pada kajian kepustakaan (*library research*).¹⁹ Penelitian yuridis normatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengkaji norma-norma hukum pidana yang berlaku serta penerapannya terhadap fenomena promosi aset kripto melalui skema *pump and dump* oleh influencer media sosial.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah **pendekatan perundang-undangan (statute approach)**, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan tindak pidana penipuan, penyebaran informasi menyesatkan, manipulasi pasar, serta pengaturan aset kripto di Indonesia. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menemukan dasar normatif untuk menjawab permasalahan hukum

mengenai pertanggungjawaban pidana influencer media sosial dalam praktik promosi aset kripto yang bersifat manipulatif.²⁰ Selain itu, pendekatan ini juga digunakan untuk menilai kesesuaian antara ketentuan hukum yang berlaku dengan praktik yang terjadi di masyarakat.

Sifat penelitian ini adalah **deskriptif**, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan secara jelas dan sistematis mengenai pertanggungjawaban pidana influencer media sosial atas tindakan promosi aset kripto yang mengandung unsur *pump and dump*, serta mengaitkannya dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penelitian deskriptif tidak hanya menggambarkan fenomena hukum yang terjadi, tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik dan implikasi hukum dari perbuatan tersebut.²¹ Dengan demikian, penelitian ini berusaha menyajikan gambaran

¹⁹ Ediwarman, *Metode Penelitian Hukum* (Yogyakarta: Genta Publishing, 2016), hlm 21–22.

²⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017), hlm 133–135.

²¹ Suratman dan H. Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum* (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm 47–48.

utuh mengenai posisi influencer sebagai subjek hukum pidana dalam konteks kejahatan investasi berbasis digital.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas **data sekunder** dan **landasan normatif-religius**. Landasan normatif-religius yang digunakan bersumber dari **Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 9**, yang mengandung larangan terhadap perbuatan menipu dan memanipulasi kebenaran, sehingga relevan untuk memberikan perspektif etis dan moral terhadap praktik promosi aset kripto yang menyesatkan. Sementara itu, data sekunder terdiri atas tiga jenis bahan hukum. Pertama, **bahan hukum primer**, yaitu peraturan perundang-undangan dan ketentuan hukum yang berkaitan langsung dengan permasalahan penelitian, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, peraturan terkait informasi dan transaksi elektronik, serta regulasi mengenai perdagangan aset kripto.²²

Kedua, **bahan hukum sekunder**, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan, interpretasi, dan analisis terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder tersebut meliputi buku teks hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian, skripsi, tesis, disertasi, serta karya ilmiah lainnya yang membahas hukum pidana, investasi digital, influencer media sosial, dan manipulasi pasar.²³ Ketiga, **bahan hukum tersier**, yaitu bahan pendukung yang memberikan pemahaman tambahan terhadap istilah dan konsep yang digunakan dalam penelitian, seperti kamus hukum, ensiklopedia, serta literatur dari cabang ilmu lain yang relevan dengan topik penelitian.²⁴

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Skema Pump and Dump dalam Promosi Aset Kripto sebagai Bentuk Manipulasi Investasi Digital

Berdasarkan hasil penelitian yuridis normatif terhadap berbagai literatur hukum dan peraturan

²² Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm 13–15.

²³ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm 38–40.

²⁴ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), hlm 24–26.

perundang-undangan yang berlaku, skema pump and dump dalam promosi aset kripto dapat dikualifikasikan sebagai bentuk manipulasi investasi digital yang dilakukan secara sadar dan terencana melalui penyebaran informasi menyesatkan. Praktik ini bertujuan menciptakan kenaikan harga aset kripto secara artifisial agar pelaku memperoleh keuntungan finansial, sementara masyarakat investor berada pada posisi yang dirugikan. Dalam konteks hukum, skema pump and dump tidak dapat dipandang sebagai fluktuasi harga pasar yang wajar, melainkan sebagai perbuatan yang menyimpang dari prinsip kejujuran dan itikad baik dalam kegiatan perdagangan.²⁵

Skema *pump and dump* umumnya dimulai dengan promosi agresif terhadap koin atau token kripto tertentu yang memiliki kapitalisasi pasar kecil dan tingkat likuiditas rendah. Promosi tersebut dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan figur influencer yang memiliki pengaruh besar terhadap pengikutnya. Informasi yang

disampaikan sering kali berupa klaim keuntungan tinggi, prediksi harga yang tidak berbasis analisis objektif, serta narasi keberhasilan yang menutupi risiko investasi. Kondisi ini mendorong lonjakan permintaan secara tidak wajar sehingga harga aset meningkat tajam dalam waktu singkat. Setelah harga mencapai puncak, pihak yang sejak awal menguasai aset melakukan penjualan secara masif (*dump*), yang menyebabkan harga jatuh drastis dan menimbulkan kerugian signifikan bagi investor lain.²⁶

Dalam perspektif hukum pidana Indonesia, praktik *pump and dump* berpotensi memenuhi unsur **tindak pidana penipuan** sebagaimana diatur dalam Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Unsur tipu muslihat dan rangkaian kebohongan dapat ditemukan dalam penyampaian informasi yang sengaja dilebih-lebihkan atau disamarkan untuk menggerakkan masyarakat agar membeli aset kripto tertentu. Kerugian yang dialami investor merupakan akibat langsung dari perbuatan tersebut, sehingga

²⁵ Barda Nawawi Arief, *Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana* (Semarang: UNDIP Press, 2018), hlm 76–78.

²⁶ John C. Coffee Jr., *Securities Regulation: Cases and Materials* (New York: Foundation Press, 2018), hlm 421–424.

terdapat hubungan kausal yang jelas antara perbuatan dan akibat hukum yang ditimbulkan.²⁷ Selain itu, praktik ini juga dapat dikaitkan dengan Pasal 372 KUHP apabila terdapat unsur penguasaan aset secara melawan hukum melalui kepercayaan yang disalahgunakan.

Lebih lanjut, penyebaran informasi menyesatkan melalui media elektronik dalam skema *pump and dump* juga berpotensi melanggar ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 28 ayat (1) UU ITE secara tegas melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.²⁸ Dalam konteks ini, promosi aset kripto melalui media sosial yang mengandung informasi tidak benar atau menyesatkan dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan pidana, terutama apabila terbukti menimbulkan kerugian finansial bagi masyarakat.

Dari sudut pandang hukum perdagangan, praktik *pump and dump* juga bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen dan kejujuran dalam kegiatan usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perdagangan. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa setiap pelaku usaha dilarang melakukan praktik perdagangan yang menyesatkan atau merugikan konsumen.²⁹ Aset kripto yang telah diakui sebagai komoditas digital dalam sistem perdagangan Indonesia menuntut adanya kepatuhan terhadap prinsip transparansi, kewajaran, dan kehati-hatian. Oleh karena itu, manipulasi harga melalui promosi menyesatkan tidak hanya melanggar norma etika bisnis, tetapi juga norma hukum positif.

Selain itu, praktik *pump and dump* dapat dianalisis secara analogis dengan konsep **manipulasi pasar** yang dikenal dalam hukum pasar modal. Meskipun aset kripto belum sepenuhnya diposisikan sebagai instrumen pasar

²⁷ Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hlm 54–56.

²⁸ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm 112–115.

²⁹ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm 67–69.

modal, prinsip larangan manipulasi harga tetap relevan untuk diterapkan sebagai rujukan normatif. Manipulasi pasar pada dasarnya merupakan perbuatan yang mengganggu mekanisme pasar yang sehat dan merugikan kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan.³⁰ Dalam konteks kripto, ketiadaan pengawasan yang ketat justru memperkuat urgensi penerapan prinsip-prinsip hukum pidana untuk memberikan efek jera terhadap pelaku manipulasi.

Dengan demikian, skema *pump and dump* dalam promosi aset kripto dapat dipahami sebagai **bentuk kejahatan investasi digital** yang memiliki implikasi pidana serius. Praktik ini memenuhi unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, dan kerugian, yang merupakan elemen fundamental dalam pertanggungjawaban pidana. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan hukum pidana yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi, agar hukum tidak tertinggal

oleh dinamika kejahatan ekonomi berbasis digital.

Peran Influencer Media Sosial dalam Praktik Pump and Dump Aset Kripto: Influencer sebagai Aktor Ekonomi Digital

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan figur baru dalam struktur pasar, yaitu influencer media sosial, yang perannya melampaui sekadar pembuat konten hiburan. Influencer kini bertransformasi menjadi aktor ekonomi digital yang memiliki kapasitas nyata untuk memengaruhi preferensi, sikap, dan perilaku konsumsi publik, termasuk dalam sektor investasi aset kripto. Dalam konteks ini, influencer tidak lagi dapat diposisikan semata-mata sebagai individu yang menyampaikan pendapat pribadi, melainkan sebagai subjek yang berperan aktif dalam proses pembentukan keputusan ekonomi masyarakat.³¹

Secara sosiologis, influencer membangun relasi berbasis kepercayaan (*trust-based relationship*) dengan pengikutnya melalui interaksi

³⁰ Bismar Nasution, *Keterbukaan dalam Pasar Modal* (Jakarta: Fakultas Hukum UI Press, 2014), hlm 91–94.

³¹ Crystal Abidin, *Internet Celebrity: Understanding Fame Online* (Bingley: Emerald Publishing, 2018), hlm 61–64.

yang berulang, personal, dan bersifat persuasif. Relasi ini menciptakan apa yang dikenal sebagai parasocial interaction, yaitu hubungan semu yang membuat pengikut merasa memiliki kedekatan emosional dengan influencer, meskipun hubungan tersebut bersifat satu arah.³² Dalam konteks investasi aset kripto, relasi semacam ini memiliki implikasi serius karena pengikut cenderung menerima informasi dan rekomendasi tanpa melalui proses verifikasi atau analisis risiko yang memadai.

Dalam ekonomi digital, influencer berfungsi sebagai information intermediary, yakni perantara informasi antara produsen atau pengembang aset kripto dengan masyarakat luas. Namun, berbeda dengan lembaga keuangan atau penasihat investasi yang tunduk pada standar profesional dan regulasi ketat, influencer sering kali beroperasi dalam ruang abu-abu regulasi. Ketidakseimbangan antara besarnya pengaruh dan minimnya kewajiban

hukum inilah yang membuka ruang bagi praktik manipulatif, termasuk dalam skema pump and dump aset kripto.³³

Sebagai aktor ekonomi digital, influencer memperoleh keuntungan ekonomi dari berbagai sumber, seperti pembayaran langsung untuk promosi (paid endorsement), kepemilikan token sebelum promosi dilakukan, hingga keuntungan tidak langsung berupa peningkatan popularitas akun dan monetisasi konten. Dalam banyak kasus, kepentingan ekonomi tersebut tidak diungkapkan secara transparan kepada publik. Padahal, pengungkapan kepentingan merupakan prinsip fundamental dalam aktivitas promosi yang berkaitan dengan keputusan ekonomi publik, terutama investasi yang memiliki risiko tinggi seperti aset kripto.³⁴

Fenomena ini menunjukkan bahwa influencer tidak dapat lagi dipahami sebagai pihak yang netral. Ketika influencer secara aktif

³² Horton, Donald, and R. Richard Wohl, "Mass Communication and Para-Social Interaction," *Psychiatry* 19, no. 3 (1956): hlm 215–229.

³³ Barda Nawawi Arief, *Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana* (Semarang: UNDIP Press, 2018), hlm 102–105.

³⁴ Brooke Erin Duffy, *(Not) Getting Paid to Do What You Love* (New Haven: Yale University Press, 2017), hlm 133–136.

memproduksi dan mendistribusikan konten promosi yang mendorong pembelian aset kripto tertentu, mereka sesungguhnya telah terlibat dalam mekanisme pasar. Keterlibatan ini menjadi semakin problematik ketika promosi dilakukan dengan narasi yang dilebih-lebihkan, selektif dalam menyampaikan informasi, atau bahkan mengandung klaim yang tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Dalam kondisi tersebut, influencer berpotensi menciptakan ekspektasi pasar yang tidak rasional dan mendorong terbentuknya harga semu (*artificial price formation*).³⁵

Dari perspektif hukum pidana, posisi influencer sebagai aktor ekonomi digital menjadi relevan dalam menentukan pertanggungjawaban hukum atas dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas promosinya. Hukum pidana tidak hanya melihat status formal seseorang, tetapi juga peran faktual yang dijalankan dalam suatu peristiwa pidana. Apabila influencer secara sadar memanfaatkan pengaruhnya untuk menggerakkan

masyarakat membeli aset kripto tertentu dengan cara menyebarkan informasi yang menyesatkan, maka perbuatan tersebut tidak dapat dipisahkan dari akibat kerugian yang dialami oleh investor.³⁶

Dalam konteks hukum positif Indonesia, tindakan influencer yang menyebarkan informasi menyesatkan melalui media sosial dapat dikaitkan dengan ketentuan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, yang menyatakan bahwa setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Media sosial sebagai sarana promosi aset kripto jelas merupakan bagian dari ekosistem transaksi elektronik, sehingga influencer yang berperan sebagai

³⁵ Karen E. Sandrik, "Social Media Influencers and Consumer Protection," *Journal of Consumer Policy* 43 (2020): hlm 128–131.

³⁶ Sudarto, *Hukum dan Hukum Pidana* (Bandung: Alumni, 2007), hlm 57–60.

komunikator utama tidak dapat dilepaskan dari ketentuan tersebut.³⁷

Selain itu, peran influencer sebagai aktor ekonomi digital juga dapat dianalisis dalam kerangka Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) tentang penipuan. Unsur “rangkaian kebohongan” dan “tipu muslihat” dalam pasal tersebut dapat terpenuhi apabila promosi aset kripto dilakukan dengan menyembunyikan fakta material, memanipulasi informasi, atau memberikan janji keuntungan yang tidak realistis demi mendorong masyarakat menyerahkan sejumlah dana untuk membeli aset tertentu.³⁸ Dalam hal ini, influencer tidak lagi berada pada posisi sebagai pihak yang sekadar menyampaikan opini, melainkan sebagai bagian dari rangkaian perbuatan yang bertujuan memperoleh keuntungan secara melawan hukum.

Lebih jauh, perkembangan praktik influencer marketing dalam

sektor kripto menunjukkan adanya pergeseran tanggung jawab moral menjadi tanggung jawab hukum. Influencer yang memiliki jutaan pengikut pada hakikatnya memegang kekuasaan sosial dan ekonomi yang besar. Ketika kekuasaan tersebut digunakan tanpa kehati-hatian dan tanpa pengungkapan kepentingan, maka risiko kerugian massal bagi masyarakat menjadi tidak terelakkan. Oleh karena itu, menempatkan influencer sebagai aktor ekonomi digital merupakan langkah konseptual yang penting untuk membangun argumentasi pertanggungjawaban pidana dalam praktik pump and dump aset kripto.³⁹

Pola dan Bentuk Keterlibatan Influencer dalam Skema Pump and Dump Aset Kripto

Pola keterlibatan influencer media sosial dalam praktik pump and dump aset kripto menunjukkan variasi yang semakin kompleks seiring berkembangnya ekosistem ekonomi

³⁷ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm 149–152.

³⁸ Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), 74–77.

³⁹ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm 92.

digital. Influencer tidak selalu terlibat secara langsung sebagai pengendali utama skema, tetapi sering kali berperan sebagai penggerak awal (trigger actor) yang menciptakan lonjakan permintaan melalui distribusi informasi yang bersifat persuasif. Dalam praktiknya, keterlibatan tersebut dapat berlangsung secara terselubung dan terstruktur, sehingga sulit dibedakan antara promosi yang wajar dan manipulasi pasar berbasis informasi.⁴⁰

Salah satu pola keterlibatan yang paling umum adalah paid endorsement, yaitu promosi berbayar atas aset kripto tertentu tanpa disertai pengungkapan hubungan komersial antara influencer dan pihak pengembang atau pemilik proyek kripto. Dalam pola ini, influencer memanfaatkan reputasi dan jumlah pengikutnya untuk membangun narasi positif tentang prospek suatu koin atau token, sering kali dengan menekankan potensi keuntungan yang tinggi dan mengaburkan risiko yang

melekat pada investasi kripto. Ketika hubungan finansial tersebut tidak diungkapkan, publik berada dalam posisi yang dirugikan karena mengambil keputusan investasi berdasarkan informasi yang tidak lengkap.⁴¹

Pola kedua yang banyak ditemukan adalah hidden ownership, yaitu kondisi ketika influencer telah memiliki sejumlah aset kripto tertentu sebelum melakukan promosi secara masif kepada pengikutnya. Dalam situasi ini, influencer memperoleh keuntungan ganda, yakni dari kenaikan harga akibat promosi yang dilakukan serta dari penjualan aset pada saat harga berada di puncak (dump). Pola ini menunjukkan adanya konflik kepentingan yang serius karena influencer secara sadar memanfaatkan pengaruhnya untuk menciptakan kondisi pasar yang menguntungkan dirinya sendiri, sementara risiko kerugian sepenuhnya ditanggung oleh investor ritel.⁴²

⁴⁰ Vinit Parida et al., "Digitalization, Business Models, and SMEs," *Journal of Business Research* 123 (2021): hlm 345.

⁴¹ Karen E. Sandrik, "Social Media Influencers and Consumer Protection," *Journal of Consumer Policy* 43 (2020): hlm 132.

⁴² John Coffee Jr., *Gatekeepers: The Professions and Corporate Governance* (Oxford: Oxford University Press, 2006), hlm 98.

Selain itu, terdapat pola manipulative narrative, yakni penggunaan narasi yang dirancang secara sistematis untuk membentuk persepsi pasar. Narasi tersebut dapat berupa klaim eksklusivitas proyek, penyebutan kerja sama fiktif dengan perusahaan besar, atau penggunaan istilah teknis yang kompleks untuk menciptakan kesan legitimasi dan profesionalisme. Dalam banyak kasus, informasi tersebut tidak diverifikasi kebenarannya atau bahkan bersifat spekulatif, namun disajikan seolah-olah merupakan fakta yang dapat dipercaya.⁴³ Pola ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan influencer bukan sekadar ekspresi pendapat, melainkan bagian dari strategi manipulasi berbasis informasi.

Dalam perspektif hukum pidana, pola-pola keterlibatan tersebut memiliki relevansi langsung dengan unsur kesengajaan (dolus) dalam tindak pidana. Kesengajaan dapat dibuktikan ketika influencer mengetahui atau patut mengetahui bahwa informasi yang

disampaikan berpotensi menyesatkan, namun tetap menyebarkannya demi memperoleh keuntungan ekonomi. Dalam doktrin hukum pidana, kesengajaan tidak selalu harus berupa niat langsung untuk merugikan, tetapi cukup apabila pelaku menyadari kemungkinan timbulnya akibat yang merugikan dan tetap melanjutkan perbuatannya.⁴⁴

Keterlibatan influencer dalam skema pump and dump juga dapat dianalisis melalui teori penyertaan dalam Pasal 55 dan Pasal 56 KUHP. Influencer yang secara aktif mempromosikan aset kripto dengan narasi menyesatkan dapat diposisikan sebagai pihak yang “turut serta melakukan” atau “menganjurkan” terjadinya perbuatan pidana. Meskipun influencer tidak secara langsung mengelola proyek kripto atau melakukan transaksi jual beli pada saat puncak harga, kontribusi kausalnya terhadap terbentuknya lonjakan permintaan tidak dapat diabaikan.⁴⁵

⁴³ Zuboff, Shoshana, *The Age of Surveillance Capitalism* (New York: PublicAffairs, 2019), hlm 279.

⁴⁴ Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hlm 88.

⁴⁵ Sudarto, *Hukum dan Hukum Pidana* (Bandung: Alumni, 2007), 112–115.

Lebih lanjut, penggunaan media sosial sebagai sarana utama promosi memperkuat relevansi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 28 ayat (1) UU ITE melarang penyebaran informasi bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Dalam konteks pump and dump, konten promosi influencer dapat dikualifikasikan sebagai informasi elektronik yang disebarkan kepada publik dengan dampak langsung terhadap keputusan investasi. Apabila konten tersebut terbukti menyesatkan dan menimbulkan kerugian, maka unsur tindak pidana dalam ketentuan tersebut berpotensi terpenuhi.⁴⁶

Pola keterlibatan influencer juga bersinggungan dengan prinsip perlindungan konsumen. Meskipun influencer bukan pelaku usaha dalam pengertian konvensional, perannya dalam memasarkan aset kripto menempatkannya dalam posisi yang menyerupai pelaku usaha digital. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketika influencer secara sistematis menyampaikan informasi yang menyesatkan atau menutup-nutupi risiko, maka prinsip perlindungan konsumen tersebut dilanggar.⁴⁷

Dengan demikian, pola keterlibatan influencer dalam skema pump and dump tidak dapat dipahami sebagai aktivitas individual yang terpisah-pisah, melainkan sebagai bagian dari rangkaian perbuatan yang terstruktur dan berorientasi pada keuntungan. Kompleksitas pola ini menunjukkan bahwa influencer berperan sebagai simpul penting dalam jaringan manipulasi pasar aset kripto. Oleh karena itu, analisis hukum pidana terhadap praktik pump and dump harus menempatkan influencer sebagai subjek yang memiliki tanggung jawab hukum atas dampak sosial dan ekonomi

⁴⁶ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 165.

⁴⁷ Ahmadi Miru dan Sutarmanto Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), hlm 42.

yang ditimbulkan oleh aktivitas promosinya.⁴⁸

Pertanggungjawaban Pidana Influencer atas Promosi Aset Kripto yang Bersifat Manipulatif

Analisis hukum pidana terhadap promosi aset kripto yang dilakukan influencer melalui skema *pump and dump* menunjukkan bahwa perbuatan tersebut berpotensi memenuhi unsur-unsur tindak pidana sebagaimana diatur dalam hukum positif Indonesia. Dalam konteks ini, influencer tidak lagi dapat dipandang sebagai pihak yang sekadar menyampaikan pendapat pribadi, melainkan sebagai aktor yang secara aktif berkontribusi terhadap terbentuknya kondisi pasar yang menyesatkan dan merugikan masyarakat. Pertanggungjawaban pidana influencer menjadi relevan ketika promosi yang dilakukan mengandung unsur manipulasi informasi, kesengajaan, serta menimbulkan kerugian nyata bagi investor.⁴⁹

Unsur **perbuatan melawan hukum** terpenuhi melalui tindakan

menyebarkan informasi yang tidak sesuai dengan fakta atau disajikan secara parsial untuk menciptakan persepsi keuntungan yang tidak realistis. Dalam banyak kasus, influencer menyampaikan klaim mengenai prospek harga, stabilitas proyek, atau legitimasi pengembang tanpa dasar yang dapat diverifikasi. Tindakan tersebut tidak hanya melanggar prinsip kehati-hatian, tetapi juga berpotensi memenuhi unsur “rangkaian kebohongan” dan “tipu muslihat” sebagaimana diatur dalam Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), yang menyatakan:

“Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu, atau supaya memberi utang maupun

⁴⁸ Barda Nawawi Arief, *Kebijakan Hukum Pidana* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm 134.

⁴⁹ Barda Nawawi Arief, *Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana* (Semarang: UNDIP Press, 2018), hlm 121.

menghapuskan piutang, dihukum karena penipuan."⁵⁰

Apabila promosi aset kripto dilakukan dengan maksud memperoleh keuntungan melalui kenaikan harga semu yang dihasilkan dari informasi menyesatkan, maka unsur-unsur penipuan dalam ketentuan tersebut berpotensi terpenuhi.

Selain unsur perbuatan melawan hukum, **unsur kesalahan (mens rea)** juga dapat dibuktikan dalam praktik *pump and dump* yang melibatkan influencer. Kesalahan dalam hukum pidana tidak selalu harus berupa niat langsung untuk merugikan pihak lain, melainkan cukup apabila pelaku mengetahui atau patut menduga bahwa perbuatannya berpotensi menimbulkan kerugian dan tetap melanjutkan perbuatan tersebut. Influencer yang memahami karakter volatilitas aset kripto, namun tetap menyampaikan narasi yang menyesatkan demi keuntungan ekonomi, dapat dikualifikasikan memiliki kesengajaan dalam bentuk *dolus eventualis*.⁵¹

Pertanggungjawaban pidana influencer juga diperkuat oleh adanya **hubungan kausal** antara promosi yang dilakukan dan kerugian yang dialami investor. Dalam skema *pump and dump*, promosi masif oleh influencer sering kali menjadi faktor utama yang mendorong lonjakan permintaan dan kenaikan harga aset secara signifikan. Ketika harga mencapai titik tertentu, influencer atau pihak yang bekerja sama dengannya melakukan penjualan besar-besaran, yang mengakibatkan harga jatuh drastis dan menimbulkan kerugian bagi investor ritel.⁵² Rangkaian sebab-akibat ini menunjukkan bahwa promosi influencer bukan peristiwa yang berdiri sendiri, melainkan bagian integral dari mekanisme manipulasi pasar.

Dalam kerangka hukum pidana Indonesia, keterlibatan influencer dalam rangkaian perbuatan tersebut dapat dianalisis melalui teori **penyertaan** sebagaimana diatur dalam Pasal 55 KUHP. Pasal tersebut menyatakan bahwa:

⁵⁰ Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hlm 95.

⁵¹ Sudarto, *Hukum dan Hukum Pidana* (Bandung: Alumni, 2007), hlm 104.

⁵² John C. Coffee Jr., *Gatekeepers: The Professions and Corporate Governance* (Oxford: Oxford University Press, 2006), hlm 145.

“Dipidana sebagai pelaku tindak pidana: mereka yang melakukan, yang menyuruh melakukan, dan yang turut serta melakukan perbuatan.”⁵³

Influencer yang secara sadar mempromosikan aset kripto dengan narasi manipulatif dapat diposisikan sebagai pihak yang turut serta melakukan tindak pidana, meskipun tidak secara langsung melakukan transaksi jual beli pada saat harga mencapai puncak. Kontribusi influencer dalam menciptakan kondisi pasar yang menyesatkan merupakan bentuk peran aktif yang tidak dapat dilepaskan dari pertanggungjawaban pidana.

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi juga memperkuat relevansi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Pasal 28 ayat (1) UU ITE secara tegas menyatakan:

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”⁵⁴

Konten promosi aset kripto yang disebarkan influencer melalui media sosial dapat dikualifikasikan sebagai informasi elektronik. Apabila konten tersebut terbukti menyesatkan dan menimbulkan kerugian finansial bagi masyarakat, maka influencer dapat dimintai pertanggungjawaban pidana berdasarkan ketentuan ini.

Selain itu, praktik promosi kripto yang manipulatif juga bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menekankan kewajiban pelaku usaha—dalam konteks digital termasuk pihak yang berperan aktif dalam pemasaran—untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Influencer yang bertindak layaknya pemasar aset kripto tanpa pengungkapan risiko dan konflik kepentingan dapat dipandang

⁵³ R. Soesilo, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana serta Komentar-Komentarnya* (Bogor: Politeia, 2013), hlm 75.

⁵⁴ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm 176.

melanggar prinsip dasar perlindungan konsumen.⁵⁵

Di luar hukum positif, pertanggungjawaban influencer juga dapat dianalisis melalui **perspektif normatif-religius**. Dalam ajaran Islam, praktik *pump and dump* bertentangan dengan nilai kejujuran (*ṣidq*) dan larangan menipu (*gharar* dan *tadlis*). Al-Qur'an mengancam perbuatan yang menyamarkan kebenaran demi keuntungan pribadi, sebagaimana tercermin dalam Surah Al-Baqarah ayat 9 yang menegaskan bahwa perbuatan menipu pada hakikatnya merugikan diri sendiri dan orang lain.⁵⁶ Nilai-nilai ini memperkuat argumentasi bahwa promosi kripto yang manipulatif tidak hanya melanggar hukum negara, tetapi juga melanggar etika moral dan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa influencer media sosial yang mempromosikan aset kripto melalui skema *pump and dump*

berpotensi dimintai pertanggungjawaban pidana atas perbuatannya. Pertanggungjawaban tersebut tidak hanya bersifat moral, tetapi juga yuridis, mengingat terpenuhinya unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, serta hubungan kausal dengan kerugian investor. Oleh karena itu, penegakan hukum yang tegas dan adaptif terhadap dinamika kejahatan investasi digital menjadi sangat penting untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan efektif bagi masyarakat.⁵⁷

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa praktik promosi aset kripto oleh influencer media sosial melalui skema *pump and dump* merupakan bentuk manipulasi informasi yang berpotensi menimbulkan kerugian serius bagi masyarakat dan dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum. Influencer tidak lagi berada pada posisi netral sebagai penyampai informasi,

⁵⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), hlm 61.

⁵⁶ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2011), 191.

⁵⁷ Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm 101.

melainkan berperan sebagai aktor ekonomi digital yang secara aktif memengaruhi keputusan investasi publik melalui kekuatan persuasi dan relasi kepercayaan dengan pengikutnya. Ketika promosi dilakukan dengan menyebarkan informasi menyesatkan, menyembunyikan konflik kepentingan, serta mendorong pembentukan harga semu, maka terpenuhi unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, dan hubungan kausal sebagaimana disyaratkan dalam pertanggungjawaban pidana. Dalam konteks hukum positif Indonesia, tindakan tersebut berpotensi dijerat dengan ketentuan penipuan dalam KUHP, penyertaan pidana, serta larangan penyebaran informasi bohong dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, sekaligus bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen. Selain itu, dari perspektif normatif-religius, praktik *pump and dump* bertentangan dengan nilai kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan penegakan hukum yang tegas dan adaptif serta penguatan regulasi terhadap peran

influencer dalam promosi aset kripto guna memberikan kepastian hukum dan perlindungan efektif bagi masyarakat dari praktik investasi digital yang manipulatif dan merugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Crystal. Internet Celebrity: Understanding Fame Online. Bingley: Emerald Publishing, 2018.
- Ali, Zainuddin. Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Arief, Barda Nawawi. Kebijakan Hukum Pidana. Jakarta: Kencana, 2018.
- . Masalah Penegakan Hukum dan Kebijakan Hukum Pidana. Semarang: UNDIP Press, 2018.
- Coffee Jr., John C. Gatekeepers: The Professions and Corporate Governance. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- . Securities Regulation: Cases and Materials. New York: Foundation Press, 2018.
- De Filippi, Primavera, and Aaron Wright. Blockchain and the Law. Cambridge: Harvard University

- Press, 2018.
- Duffy, Brooke Erin. (Not) Getting Paid to Do What You Love. New Haven: Yale University Press, 2017.
- Ediwarman. Metode Penelitian Hukum. Yogyakarta: Genta Publishing, 2016.
- Hamzah, Andi. Hukum Pidana Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika, 2019.
- Horton, Donald, and R. Richard Wohl. "Mass Communication and Para-Social Interaction." *Psychiatry* 19, no. 3 (1956): 215–229.
- Lessig, Lawrence. Code and Other Laws of Cyberspace. New York: Basic Books, 2006.
- Makarim, Edmon. Pengantar Hukum Telematika. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- Marzuki, Peter Mahmud. Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017.
- Mertokusumo, Sudikno. Penemuan Hukum. Yogyakarta: Liberty, 2016.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Moeljatno. Asas-Asas Hukum Pidana. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Nasution, Bismar. Keterbukaan dalam Pasar Modal. Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia Press, 2014.
- OECD. Consumer Policy and Fraud. Paris: OECD Publishing, 2019.
- Parida, Vinit, et al. "Digitalization, Business Models, and SMEs." *Journal of Business Research* 123 (2021): 337–348.
- Qaradawi, Yusuf al-. Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Rahardjo, Satjipto. Hukum dan Masyarakat. Bandung: Angkasa, 2009.
- Ramli, Rizal. "Aspek Hukum Investasi Digital." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 27, no. 2 (2020): 201–222.
- Remmelink, Jan. Hukum Pidana. Jakarta: Gramedia, 2003.
- Sandrik, Karen E. "Social Media Influencers and Consumer Protection." *Journal of Consumer Policy* 43 (2020): 123–142.
- Shihab, M. Quraish. Tafsir Al-Mishbah. Jakarta: Lentera Hati, 2011.
- Soekanto, Soerjono. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan

- Hukum. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Soesilo, R. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana serta Komentar-Komentarnya. Bogor: Politeia, 2013.
- Subekti, R. Pokok-Pokok Hukum Perdata. Jakarta: Intermasa, 2001.
- Sudarto. Hukum dan Hukum Pidana. Bandung: Alumni, 2007.
- Sunggono, Bambang. Metodologi Penelitian Hukum. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Suratman, dan H. Philips Dillah. Metode Penelitian Hukum. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Tapscott, Don, and Alex Tapscott. Blockchain Revolution. New York: Penguin Random House, 2016.
- Walch, Angela. "The Path of the Blockchain Lexicon." Review of Banking and Financial Law 36 (2017): 713–756.
- Zuboff, Shoshana. The Age of Surveillance Capitalism. New York: PublicAffairs, 2019.