

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENYALAHGUNAAN DATA PRIBADI KONSUMEN OLEH PROMOTOR KONSER DALAM KASUS SOMASI TERKAIT PENYELENGGARAAN KONSER DAY6 JAKARTA

Nadia Nuraini Hasni¹, Ella Nurlailasari², Dheya Rahmawati³

Universitas Singaperbangsa Karawang^{1,2,3}

Email: 2310632010013@student.unsika.ac.id¹, ella.nurlailasari@fikes.unsika.ac.id²,
dheya.rahmawati@fh.unsika.ac.id³

Abstrak

PT Melania Citra Permata menggunakan data pribadi konsumen dari pendaftaran MCP Membership untuk melayangkan somasi atas kritik di media sosial terkait penyelenggaraan konser. Tindakan ini berpotensi melanggar Pasal 16 ayat (2) huruf b UU Pelindungan Data Pribadi karena pemrosesan data tidak sesuai tujuan awal, serta Pasal 4 huruf d UU Perlindungan Konsumen yang menjamin hak menyampaikan keluhan. Konsumen dapat menempuh upaya non-litigasi melalui mediasi di BPSK, litigasi melalui gugatan Perbuatan Melawan Hukum atau *class action*, upaya administratif dan pidana.

Kata Kunci: Pelindungan Data Pribadi, Perlindungan Konsumen, Somasi

Abstract

PT Melania Citra Permata used consumers personal data obtained from MCP Membership registration to issue legal notice in response to criticism posted on social media regarding the organization of a concert. This action may violate Article 16 paragraph (2) letter b of the Personal Data Protection Law because the processing of personal data was not carried out in accordance with its original purpose. In addition, it may also conflict with Article 4 letter d of the Consumer Protection Law, which guarantees consumers the right to express complaints and opinions regarding goods and services. Consumers may pursue several legal remedies, including non-litigation mechanisms through mediation before the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK), litigation through a tort claim or class action lawsuit, as well as administrative and criminal remedies.

Keywords: *Personal Data Protection, Consumer Protection, Issue Legal Notice (Somasi).*

A. Pendahuluan

Era digital dewasa ini tidak terlepas dari transaksi yang dilakukan secara daring, baik barang maupun jasa, baik sifatnya primer, sekunder, maupun tersier. Transaksi antara pelaku usaha maupun konsumen tidak perlu bertemu secara tatap muka. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penggemar hiburan Korea Selatan dengan tingkat antusiasme dan loyalitas yang tinggi. Tingginya antusiasme masyarakat Indonesia terhadap hiburan Korea Selatan menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar utama industri K-pop di kawasan Asia. Kondisi tersebut terlihat dari tingginya aktivitas penggemar pada berbagai platform digital seperti Twitter (sekarang X), YouTube, dan Spotify.¹ Salah satu grup musik Korea Selatan

¹ Felicia Angela Handoko, Soerjantini Rahaju, dan Ide Bagus Siaputra, Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, dan Pemujaan Selebritas pada Penggemar K-Pop, *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology* Vol. 11 No. 1 (2024), hlm. 59.

yang memiliki basis penggemar yang besar di Indonesia adalah DAY6, yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian ini. Konser musik, sebagai salah satu bentuk jasa tersier, telah menjadi ajang pertemuan antara promotor dan penggemar yang sepenuhnya diatur melalui sistem digital, mulai dari pendaftaran *membership*, pembelian tiket, hingga verifikasi identitas saat acara berlangsung.

Dibalik kemudahan transaksi daring tersebut, terdapat risiko serius terhadap perlindungan data pribadi konsumen. Data pribadi yang diserahkan penggemar kepada promotor seperti nama, alamat email, nomor telepon, nomor identitas, serta *membership* yang memuat akun sosial media anggota *membership* seharusnya hanya digunakan untuk keperluan penyelenggaraan konser. Akan tetapi, dalam kasus konser DAY6 yang digelar pada bulan Mei 2025 di Indonesia, terjadi praktik yang meresahkan. Promotor konser diduga menggunakan data pribadi yang diperoleh dari sistem *membership* fancelub untuk melakukan somasi terhadap sejumlah penggemar yang mengkritik kebijakan promotor di media sosial. Tindakan ini menimbulkan pertanyaan penting tentang batas penggunaan data pribadi oleh pelaku usaha, serta potensi pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (selanjutnya disebut **UU Pelindungan Data Pribadi**) yang berlaku di Indonesia.

Hal ini menjadi penting untuk dikaji karena tidak hanya menyangkut satu peristiwa konser, tetapi juga mencerminkan kerentanan struktural dalam relasi kuasa antara promotor sebagai pengendali data dan penggemar sebagai subjek data. Kritik terhadap pelaku usaha merupakan hak konsumen yang dilindungi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut **UU Perlindungan Konsumen**), namun penggunaan data pribadi sebagai alat untuk mengintimidasi atau membungkam kritik merupakan bentuk penyalahgunaan wewenang yang berpotensi melanggar prinsip keabsahan, keterbatasan tujuan, dan keamanan data pribadi. Lebih jauh, kasus ini menyoroti lemahnya pengawasan dan penegakan hukum di sektor hiburan digital, di mana penggemar sering kali tidak menyadari hak-haknya atas data pribadi mereka atau merasa tidak berdaya untuk melawan promotor yang memiliki sumber daya lebih besar.

Pada artikel ini, penulis bertujuan untuk menganalisis praktik penyalahgunaan data pribadi *membership* oleh PT Melania Citra Permata selaku promotor konser DAY6 3rd WORLD TOUR <FOREVER YOUNG> in JAKARTA (selanjutnya disebut **Konser DAY6 Jakarta**) yang dilaksanakan pada tanggal 3 Mei 2025 dalam melakukan somasi kepada penggemar yang mengkritik, serta mengevaluasi kesesuaian tindakan tersebut dengan prinsip perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif dan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penguatan kesadaran hukum penggemar, serta mendorong perbaikan regulasi dan tata kelola data pribadi dalam industri konser di era digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif yang menggunakan statute approach dan conceptual approach. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji ketentuan dalam UU Pelindungan Data Pribadi dan UU Perlindungan Konsumen. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep perlindungan data pribadi, hak konsumen, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik. Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang relevan, dokumen somasi, serta pernyataan resmi PT Melania Citra Permata terkait kasus penggemar konser DAY6 Jakarta.

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dan studi dokumen. Bahan hukum sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, hasil penelitian, pemberitaan media massa, serta informasi yang dipublikasikan melalui platform X yang berkaitan dengan objek penelitian. Seluruh bahan hukum yang telah terkumpul kemudian dianalisis untuk menilai kesesuaian tindakan PT Melania Citra Permata dalam penggunaan data pribadi konsumen berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku di Indonesia.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil dan Pembahasan Pertama

UU Pelindungan Data Pribadi mendefinisikan Pelindungan Data Pribadi dalam Pasal 1 angka 2 sebagai keseluruhan upaya untuk melindungi Data Pribadi dalam rangkaian pemrosesan Data Pribadi guna menjamin hak konstitusional subjek Data Pribadi. Selanjutnya pengertian Data Pribadi didefinisikan dalam Ketentuan Umum Pasal 1 angka 1 adalah data tentang orang perseorangan yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sistem elektronik atau non-elektronik.

Definisi Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Selanjutnya definisi Konsumen diatur pada Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, yaitu setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen memberikan definisi mengenai Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

PT Melania Citra Permata yang dikenal dengan nama dagang Mecimapro (selanjutnya disebut **PT MCP**)² selaku promotor konser merupakan suatu badan hukum yang bergerak di bidang hiburan. PT MCP merupakan promotor konser yang berfokus pada artis Korea Selatan, baik aktor, solois, maupun grup, hal ini meliputi konser, *fanmeeting*, dan festival musik K-Pop. Dalam menjalankan usahanya, PT MCP membuka kesempatan bagi konsumen maupun calon konsumen untuk mendaftar keanggotaan, yang disebut dengan MCP Membership. *Benefit* yang ditawarkan dalam MCP Membership adalah penjualan tiket melalui tautan khusus atau penjualan tiket di awal, apabila acara tersebut menyediakan tiket dengan tempat duduk bernomor, maka member akan mendapatkan tempat duduk/kursi di area yang sudah ditentukan untuk member, serta dapat memperoleh keuntungan yang tidak dijual di luar PT MCP.

Konsumen yang ingin melakukan pendaftaran dapat melakukan registrasi melalui [mecimapro.com](https://www.mecimapro.com) yang nantinya akan ada tautan untuk mendaftar keanggotaan MCP Membership. MCP Membership berlaku sejak 1 Januari sampai 31 Desember setiap tahunnya. Pendaftaran MCP Membership 2025 dilakukan melalui *Google Form* dalam tenggat waktu 8 Oktober 2024 sampai dengan 31 Desember 2024 yang mana konsumen harus mengisi nama lengkap, tanggal lahir, alamat, *e-mail*, nomor telepon, jenis kartu identitas, nomor kartu identitas, username akun X, *username* akun Instagram, dan foto

² Mecimapro, "About Us", tersedia pada <https://www.mecimapro.com/>, diakses pada 19 Juni 2026.

close-up/selfie. Dengan konsumen melakukan pendaftaran, konsumen dianggap telah memahami ketentuan yang ditentukan oleh MCP Membership. Hal ini meliputi regulasi yakni:³

- 1.) MCP Membership 2025 hanya dapat digunakan untuk pembelian tiket acara yang akan diselenggarakan pada tahun 2025.
- 2.) Nama yang dicantumkan dalam formulir registrasi harus nama pemilik Keanggotaan MCP.
- 3.) Keanggotaan dan keistimewaan yang didapatkan tidak dapat dipindahtangankan ke pihak lain dengan alasan apapun.
- 4.) Anggota harus mencantumkan kartu identitas pemilik member baik berupa KTP, Kartu Pelajar, SIM, dan/atau Paspor.
- 5.) Jika adanya pelanggaran yang dilakukan oleh member, pihak MCP berhak untuk mengambil tindakan termasuk namun tidak terbatas dari mencabut keanggotaan Anda dan/atau tidak melakukan pengembalian dana.

Dalam menjalankan usahanya di bidang konser, PT MCP bekerja sama dengan promotor konser dan/atau agensi untuk menjalankan konser di Indonesia. Pada tanggal 26 Desember 2024, PT MCP mengumumkan Day6 akan menyelenggarakan konser di Jakarta International Stadium (JIS) pada tanggal 3 Mei 2025 dengan rentang harga tiket Rp850.000,- sampai dengan Rp3.400.000,- yang akan dijual melalui *tiket.com* dan Mecimashop secara *online*. Namun pada tanggal 21 Maret 2025, PT MCP mengumumkan bahwa *venue* dipindahkan semula di JIS menjadi Stadion Madya GBK karena JIS digunakan untuk pertandingan sepakbola Liga 1 Persija vs Semen Padang. Kondisi tersebut menimbulkan reaksi negatif dari penggemar,⁴ yang dipicu oleh adanya penurunan kualitas *venue*, ketidakteraturan dalam penataan *seat plan*, serta tidak tersedianya opsi pengembalian dana pada tahap awal. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian dengan prinsip perlindungan konsumen, khususnya terkait transparansi, keadilan, dan tanggung jawab pelaku usaha.⁵

Pada tanggal 2 April 2025, PT MCP mengumumkan opsi untuk melakukan pengembalian dana bagi konsumen yang ingin membatalkan pembeliannya setelah protes yang dilayangkan oleh My Day (sebutan untuk Fans Day6) yang bisa diajukan tanggal 3-5 April 2025 dan bagi yang ingin tetap menonton konser Day6, PT MCP menawarkan layanan antar dengan *shuttle* secara gratis ke Stadion Madya GBK.

Pada tanggal 18 April 2025, sejumlah penggemar DAY6 yang tergabung dalam fandom My Day yang kecewa dengan PT MCP membentuk MYDAY BERSERIKAT⁶ sebagai wadah untuk menyampaikan aspirasi dan keluhan terkait penyelenggaraan konser oleh PT MCP. Sebagai bentuk penyampaian pendapat, MYDAY BERSERIKAT

³ Mecimapro, MCP Membership 2025 Form Registration, <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSetp8BPacPYJH3Z9hVns3ctix5GBGEkaYIjwSTjBPfvlXiflA/viewform?fbzx=4330275356070279145>, diakses 31 Mei 2025.

⁴ Fayruz Khalisa Fatin, Analisis Wanprestasi Promotor Konser DAY6 dan Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Perdata, *Jurnal Dialektika Hukum*, Vol. 7, No. 2, Desember 2025, hlm. 223.

⁵ Nurhaliza Damayanti, Rani Apriani. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pada Kasus Perubahan Venue Konser DAY6 Oleh Promotor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol 11, No. 11, November 2025, hlm. 84.

⁶ MYDAY BERSERIKAT, "Unggahan mengenai pengiriman truk protes kepada JYP Entertainment dan Badan Perlindungan Konsumen Indonesia", <https://x.com/mydayberserikat/status/1904936876185932156>, diakses pada 19 Juni 2026.

mengirimkan truk protes ke JYP Entertainment selaku agensi yang menaungi DAY6 serta Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Puncaknya, pada konser DAY6 Jakarta, dua hari sebelum menyelenggarakan acara, terdapat sejumlah masalah, yakni *section number* belum dikeluarkan oleh PT MCP di sistem, baik bagi konsumen yang membeli tiket di [tiket.com](https://www.tiket.com) maupun [mecimashop](https://www.mecimashop.com). Lalu pada tanggal 1 Mei 2025 sekitar pukul 17.00, [tiket.com](https://www.tiket.com) mengirimkan email kepada konsumen yang membeli tiket konser Day6 di platform tersebut yang isinya menjelaskan bahwa hingga Kamis, 1 Mei 2025, pihak promotor belum mengirimkan secara lengkap nomor antrian dan nomor kursi pada [tiket.com](https://www.tiket.com). Maka dari itu, [tiket.com](https://www.tiket.com) memilih untuk mengambil langkah untuk mengembalikan dana sebesar 100% (seratus persen) namun tidak termasuk *platform fee* dan biaya pemrosesan bank. Seluruh konsumen wajib melakukan proses pengembalian dana akan dimulai pada tanggal 1-14 Mei 2025. Proses pengembalian dana akan memakan waktu 14 hari kerja sejak pengajuan pengembalian dana. Apabila konsumen tidak mengajukan permohonan pengembalian dana hingga batas waktu yang telah ditentukan, maka dana tersebut akan dikembalikan ke Blipay jika akun telah aktif atau dialihkan ke dalam bentuk Blibli Point atau Gift Voucher. Kebijakan ini diterapkan oleh [tiket.com](https://www.tiket.com) dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Namun, di sisi lain, pada tanggal 2 Mei 2025, PT MCP melalui unggahannya di X, PT MCP meminta konsumen mengisi formulir *section number/queue number* dengan tenggang waktu sampai 2 Mei 2025 pukul 10.00 WIB dan berjanji untuk mengirimkan nomor tersebut pada hari yang sama pukul 14.00 WIB. Bagi konsumen yang terdampak pengembalian dana dari [tiket.com](https://www.tiket.com), PT MCP menawarkan untuk membeli tiket ulang melalui [Mecimashop](https://www.mecimashop.com) atau *on the spot* di *venue*.

Pada hari penyelenggaraan konser, hujan lebat dan angin kencang membuat jebol tenda antrian sehingga konser mengalami penundaan dan baru dimulai pukul 20.30 WIB.⁷ Selain itu konsumen mengeluhkan camilan yang diberikan oleh PT MCP kedaluwarsa.⁸

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia memanggil PT MCP dan memerintahkan untuk segera mengembalikan dana yang dijanjikan kepada konsumen yang membatalkan pembelian di [Mecimashop](https://www.mecimashop.com). Pola pelanggaran dalam penyelenggaraan konser menunjukkan bahwa permasalahan yang terjadi tidak bersifat insidental, melainkan mencerminkan kegagalan sistemik dalam penerapan prinsip perlindungan konsumen, khususnya terkait transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab pelaku usaha.⁹

Dalam unggahan MYDAY BERSERIKAT melalui X pada 30 Mei 2025 pukul 21.11 WIB, berdasarkan hasil data yang dihimpun oleh tim MYDAY BERSERIKAT melalui formulir yang diisi oleh konsumen dalam tautan bit.ly/KawalRefundMecima, hari ke-46 sejak proses pengembalian dana dimulai tanggal 14 April 2025, update per

⁷ TEMPO, "JYP Entertainment Minta Maaf atas Kekacauan Konser DAY6 di Jakarta", <https://www.tempo.co/teroka/jyp-entertainment-minta-maaf-atas-kekacauan-konser-day6-di-jakarta-1334589>, diakses pada 19 September 2025.

⁸ Aulia Putriningtias, Fans DAY6 Dapat Snack Kedaluwarsa Saat Konser, Ini Bahayanya Jika Dikonsumsi, <https://www.medcom.id/gaya/fitness-health/0KvYjAok-fans-day6-dapat-snack-kedaluwarsa-saat-konser-ini-bahayanya-jika-dikonsumsi>, diakses pada 20 September 2025.

⁹ Salsha Dwi Agustien et al., Dampak Pelanggaran Etika Bisnis terhadap Konsumen: Studi Kasus Promotor Mecimapro dalam Penyelenggaraan Konser Musik Internasional di Indonesia, *Peng Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No. 2b, 2025, hlm. 4112.

hari Jumat, 30 Mei 2025 pukul 20.00 WIB, bahwa 453 tiket berhasil dikembalikan dengan dana sebesar Rp842.400.000.- (delapan ratus empat puluh dua juta empat ratus ribu rupiah) dan dana yang belum dikembalikan sebanyak 1.502 tiket sebesar Rp3.988.700,00.- (tiga milyar Sembilan ratus delapan puluh delapan juta tujuh ratus ribu rupiah). Dalam hal ini, persentase dana yang berhasil dikembalikan sebesar 23,2%.¹⁰

Tanpa diduga, PT MCP melalui kuasa hukumnya diketahui melakukan somasi pertama tertanggal 30 April 2025 dan somasi kedua tertanggal 16 Mei 2025 kepada beberapa konsumen yang mengeluhkan ketidakprofesionalan PT MCP di media sosial X. Hal ini diketahui setelah beberapa konsumen yang disomasi oleh PT MCP melakukan klarifikasi melalui media sosial X. Pada tanggal 30 Mei 2025 pukul 09.42 WIB, secara mendadak, seorang individu berinisial S yang nama pengguna atau *username* “airevsev” menyampaikan klarifikasi terbuka yang isinya:

- a. *Saya merupakan anggota (membership) dari MECIMAPRO, MCP Membership. Namun, saat membeli tiket konser DAY6 3RD WORLD TOUR <FOREVER YOUNG> in JAKARTA 2025, pada periode presale di tanggal 6 Januari 2025, keanggotaan saya tidak terdeteksi oleh sistem. Sehingga saya kehilangan kesempatan untuk membeli tiket lebih awal di section yang saya inginkan.*
- b. *Saya mencoba membeli tiket pada periode general sale di tanggal 7 Januari 2025, untuk section yang saya inginkan tersebut. Namun, mengalami kendala, yaitu pending payment yang menyebabkan proses pembelian menjadi rumit.*
- c. *Sebagai penggemar DAY6, atau yang dikenal sebagai My Day, yang menantikan konser ini, saya pribadi merasa antusias atas kehadiran DAY6 3RD WORLD TOUR <FOREVER YOUNG> in JAKARTA 2025. Ketika mengetahui bahwa penjualan tiket belum sepenuhnya terjual habis, saya memutuskan untuk membeli beberapa tiket tambahan. Tiket tersebut saya berikan secara gratis kepada teman-teman sesama My Day yang belum memiliki kesempatan untuk membeli karena berbagai kendala yang mereka hadapi.*
- d. *Saya juga telah mengajukan permohonan pengembalian dana (refund) untuk tiga (3) tiket, dengan harapan dana tersebut dikembalikan sesuai jadwal yang telah dijanjikan, yakni antara tanggal 14 hingga 18 April 2025. Namun, hingga tenggat waktu tersebut berakhir, saya belum menerima pengembalian dana sejumlah Rp8.500.000,00 (delapan juta lima ratus ribu rupiah).¹¹*

Dalam rangkaian unggahannya akun X dengan nama pengguna “airevsev” mengunggah sejumlah foto yang diduga merupakan materi yang dimaksud dalam somasi yang dilakukan oleh PT MCP. Selanjutnya, pada tanggal 1 Juni 2025 pukul 08.45 WIB, melalui platform X, akun tersebut menyampaikan pernyataan sikap terkait somasi yang diterima dari kuasa hukum PT MCP serta langkah hukum yang tengah ditempuh. Tanggal 30 Mei 2025 kuasa hukumnya telah memberikan surat balasan atas somasi yang diterima,

¹⁰ MY DAY BERSERIKAT, total persentase bukan April tahun 2025, <https://x.com/mydayberserikat/status/1928454183516246097?t=MZq5w-TUbXNmQcABUpYUzQ&s=19>, diakses 31 Mei 2025.

¹¹ Klarifikasi username X “airevsev”, <https://x.com/i/status/1928280817488248846>, diakses 28 April 2026.

sekaligus memberikan somasi kepada PT MCP. Apabila PT MCP tidak menunjukkan itikad baik dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, ia berkomitmen untuk menempuh jalur hukum, baik pidana maupun perdata.

Pada tanggal 31 Mei 2025 pukul 09.01, disusul konsumen berinisial S dengan username X “ngeluhmuluuu” melakukan klarifikasi terbuka yang isinya:

1. *Saya menolak tegas semua tuduhan terkait unggahan saya di media sosial X yang dianggap sebagai pencemaran nama baik, penyebar hoaks, menggiring opini atau pelanggaran hukum lainnya.*
2. *Unggahan saya merupakan bentuk aspirasi dan keluhan konsumen atas perubahan mendadak venue dan seatplan konser DAY6 3RD WORLD TOUR <FOREVER YOUNG> in JAKARTA 2025, serta ajakan kolektif untuk pengembalian dana (refund). Seluruh hal tersebut disampaikan secara sopan, terbuka, dan tidak berniat menyerang pihak manapun.*
3. *Beberapa unggahan yang dikutip dalam surat somasi adalah opini dan ekspresi sah, disampaikan dalam koridor kebebasan berekspresi dan tidak memenuhi unsur penghinaan, fitnah, maupun pelanggaran hukum. Mengacu pada Putusan Mahkamah Konstitusi mengenai penghinaan dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, ketentuan mengenai penghinaan terhadap UU ITE tidak dapat diterapkan terhadap institusi. Pemerintah, kelompok masyarakat, maupun badan usaha. Kritik terhadap lembaga atau instansi merupakan bagian dari kebebasan berekspresi.*
4. *Tidak ada niat buruk saya dalam menyampaikan keluhan tersebut. Bahkan dalam petisi yang dibuat, saya tetap menyampaikan apresiasi kepada MECIMAPRO dan mengusulkan opsi refund sebagai solusi.*
5. *Sebagai warga negara Indonesia, saya memiliki hak konstitusional untuk menyampaikan kritik terhadap layanan public, sebagaimana dijamin oleh UUD 1945 dan UU Perlindungan Konsumen.*

Dengan demikian, saya mengimbau agar pihak kuasa hukum PT Melania Citra Permata (MECIMAPRO) dapat bersikap bijak dan tidak melanjutkan proses hukum yang tidak memiliki dasar yang kuat.

Namun, apabila upaya hukum tetap ditempuh, saya tidak akan ragu untuk mengambil langkah hukum yang diperlukan guna melindungi hak-hak saya sebagai warga negara sekaligus konsumen. Terima kasih.¹²

Unggahan yang dimaksud oleh kuasa hukum PT MCP yakni mengenai bantuan untuk menandatangani petisi yang diinisiasi melalui platform petisi Change.org, Inc.

¹² Klarifikasi username X “ngeluhmuluuu”, <https://x.com/i/status/1928632799721914407>, diakses 28 April 2026.

dalam tautan¹³ terkait perubahan *venue* mendadak dari PT MCP dan menuntut PT MCP mengeluarkan nomor kursi yang sesuai dengan harga yang telah dibayar konsumen.¹⁴

Meskipun unggahan X bersifat anonim, dalam hal ini tidak terlihat data pribadi, PT MCP memiliki data mengenai anggota yang mendaftarkan *membership* di mecomapro.com baik itu nama lengkap, NIK, akun media sosial, hingga foto pengguna, karena dalam prosedur pendaftarannya, konsumen yang ingin mendaftarkan anggotanya harus mengunggah foto berupa swafoto secara *close up*.

Keanggotaan yang seharusnya digunakan untuk keuntungan lebih bagi anggota *membership*, data tersebut digunakan PT MCP selaku pemegang data tersebut untuk melayangkan somasi kepada konsumen yang melakukan protes kepada PT MCP. Hal ini tidak sejalan dengan Pasal 16 ayat (2) huruf b UU Pelindungan Data Pribadi yang mana pemrosesan data pribadi digunakan sesuai dengan tujuannya, dalam hal ini keuntungan keanggotaan. Berdasarkan teori perlindungan data pribadi juga, pemilik data memiliki hak untuk mengetahui dan mengendalikan penggunaan data pribadinya, sedangkan pengendali data wajib menggunakan data tersebut sesuai dengan tujuan pengumpulannya untuk menjaga dan mengelola data pribadi pengguna secara transparan, adil, dan aman.¹⁵ Sehingga setiap penggunaan data pribadi di luar tujuan yang telah disetujui oleh pemilik data berpotensi melanggar hak subjek data pribadi sebagaimana dijamin dalam Pasal 16 UU Pelindungan Data Pribadi.

Teori tentang perlindungan data pribadi bersumber dari hak asasi manusia, yakni hak atas privasi yang diatur dalam Pasal 17 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (DUHAM) PBB. Para ahli seperti Warren dan Brandeis dalam tulisannya yang berjudul "The Right to Privacy" (1890) memaknai privasi sebagai hak seseorang untuk tidak diganggu, yang mencakup kewenangan atas data pribadinya. Di era digital, teori ini bertransformasi menjadi "Teori Perlindungan Data" yang dikemukakan oleh Viktor Mayer-Schonberger, yang menyoroti pentingnya aturan untuk menghindari penyalahgunaan data oleh pihak komersial. Pelanggaran terhadap data pribadi dalam transaksi *online* dapat membahayakan hak-hak mendasar, seperti kebebasan dalam berekspresi dan keamanan individu.¹⁶

Di samping pengaturan dalam UU Pelindungan Data Pribadi, kasus ini relevan dikaji dari aspek perlindungan konsumen sehingga peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menjadi penting dalam konteks ini. BPKN adalah lembaga non-struktural yang dibentuk oleh Pemerintah untuk membantu pengembangan upaya perlindungan konsumen di Indonesia.¹⁷ BPKN secara resmi dibentuk pada tanggal 29 Mei 2001 berdasarkan amanat Undang-Undang Perlindungan Konsumen. BPKN memiliki fungsi utama sebagai pemberi saran, pertimbangan, dan rekomendasi kepada

¹³ Link tautan: https://www.change.org/p/sediakan-opsi-refund-untuk-konser-day6-forever-young-in-jakarta-3-mei-2025?recruiter=1368928548&recruited_by_id=d33a50c0-0675-11f0-919a-593a28bc8be0&utm_source=share_petition&utm_campaign=petition_dashboard&utm_medium=copylink, diakses pada tanggal 19 Juni 2026.

¹⁴ Mengenai tempat *venue*, <https://x.com/i/status/1903136491964104922>, Diakses 1 Juni 2025.

¹⁵ Lingga Syailendra Arief dan Ruli Purwanto. "Tinjauan Yuridis Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2022 dalam Menangani Kebocoran Data Pelanggan E-Commerce". *Pemuliaan Keadilan* Vol. 2 No. 3 (Juli 2025). Hlm. 88. DOI: <https://doi.org/10.62383/pk.v2i3.1019>

¹⁶ Mayer-Schoenberger, V. 2010. *Beyond Privacy, Beyond Rights-Toward a "Systems" Theory of Information Governance*. p.1877. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:5ae9cb25-e8c3-418b-9396-6153357e0e9c>

¹⁷ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, VISI dan MISI, <https://bpkn.go.id/page/visi-dan-misi>, diakses 1 Juni 2025.

pemerintah dalam hal kebijakan perlindungan konsumen untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen. Dalam menjalankan tugasnya, BPKN berpegang pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Presiden No. 50 Tahun 2017 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (selanjutnya disebut **PP BPKN**). BPKN mempunyai tugas:¹⁸

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen.
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen
- d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperiphiakan kepada konsumen
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau Pelaku Usaha; dan Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen
- g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Dalam Pasal 4 ayat 4 UU Perlindungan Konsumen, Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhan atau komplain atas layanan atau produk yang dibeli. Maka Konsumen berhak mendapatkan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, bertujuan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan.¹⁹ Sedangkan PT MCP memberikan Somasi kepada konsumen karena menyampaikan kekecewaan dapat dianggap sebagai tindakan intimidatif yang dapat menghalangi hak konsumen untuk mengadu ini bisa bertentangan dengan semangat perlindungan konsumen. Tindakan PT MCP menyebabkan konsumen maupun calon konsumen semakin tidak percaya kepada PT MCP.

Pasal 12 ayat (1) UU Perlindungan Data Pribadi menyebutkan bahwa konsumen dapat mengajukan gugatan berupa ganti rugi terkait pemrosesan data pribadi. Potensi pelanggaran yang dilakukan oleh PT MCP terkait hal tersebut adalah:

1.) Penyalahgunaan Tujuan Penggunaan Data

Jika dalam syarat dan ketentuan MCP Membership, tidak disebutkan bahwa data sosial media akan digunakan untuk melacak atau menindak konsumen karena kritik, maka penggunaan data tersebut untuk melakukan somasi merupakan bentuk penyalahgunaan data pribadi. Hal ini tentu tidak sejalan dengan Pasal 16 UU PDP di mana data *membership* seharusnya digunakan hanya untuk keperluan verifikasi tiket dan komunikasi seputar konser, bukan untuk melakukan somasi terhadap kritik. Selain itu, *member* tidak pernah memberikan persetujuan untuk pemrosesan data guna kepentingan litigasi

¹⁸ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, TUGAS dan FUNGSI, <https://bpkn.go.id/page/tugas-dan-fungsi>, diakses 1 Juni 2025.

¹⁹ Sarah Selfina Kuahaty, Teng Berlianty, Theresia Louize Pesulima, dan Agustina Balik, "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah", *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum Vol. 1 No. 2 (2021)*, hlm. 66. <https://fhukum.unpatti.ac.id/jurnal/aiwadthu/article/download/656/403>

atau intimidasi. Penggemar berhak menolak penggunaan data di luar tujuan awal.

2.) Tidak Ada Persetujuan untuk Penggunaan Hukum

Persetujuan yang diberikan oleh konsumen saat mendaftar ke MCP Membership kemungkinan besar hanya mencakup penggunaan data untuk keperluan layanan konsumen, promosi, atau administrasi keanggotaan. Menggunakan data tersebut untuk melakukan somasi hukum atas dasar keluhan publik dapat dianggap sebagai pelanggaran tujuan penggunaan data.

3.) Potensi Intimidasi dan Dampak Etis

Menggunakan data pribadi untuk menelusuri identitas konsumen dan kemudian melakukan somasi atas kritik yang disampaikan di ruang publik atau media sosial, juga dapat dilihat sebagai bentuk intimidasi digital yang melanggar prinsip perlindungan data dan hak konsumen.

Jika konsumen merasa bahwa data mereka disalahgunakan, mereka berhak:

- 1.) Mengajukan pengaduan ke Otoritas Perlindungan Data Pribadi, yang saat ini sedang dalam proses pembentukan di bawah Kementerian Kominfo.
- 2.) Mengajukan gugatan secara perdata dengan menuntut ganti rugi atas penyalahgunaan data pribadi.

Jika terbukti melakukan pemrosesan data pribadi tanpa dasar hukum yang sah, PT MCP dapat dikenai sanksi berdasarkan UU Pelindungan Data Pribadi, yang meliputi:

- 1.) Sanksi administratif
Sanksi administratif dapat diberikan berupa peringatan tertulis, penghentian sementara kegiatan, atau denda administratif.
- 2.) Sanksi pidana
Jika terjadi penyalahgunaan data pribadi secara sistematis atau menyebabkan kerugian serius, dapat dipidana sesuai Pasal 67 sampai dengan Pasal 70 UU Pelindungan Data Pribadi.

Setiap konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan atas barang atau jasa yang digunakannya, hal ini secara tegas dinyatakan dalam Pasal 4 huruf d Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan dilanggar ketika promotor justru melakukan somasi atau ancaman hukum terhadap penggemar yang mengkritik penyelenggaraan konser. Oleh karena itu, konsumen yang dirugikan akibat perbuatan PT MCP dapat mengajukan upaya hukum sebagai berikut:

a. Upaya Non-Litigasi

- 1.) Upaya hukum yang dapat dilakukan secara non litigasi adalah mediasi atau konsiliasi melalui BPSK yang diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK. Konsumen dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa ke BPSK di kota/kabupaten tempat tinggal konsumen atau tempat usaha pelaku usaha;
- 2.) Aduan ke Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), misalnya YLKI, untuk advokasi dan tekanan publik;
- 3.) Pembuatan surat klarifikasi/keberatan/somasi balik yang disampaikan langsung kepada promotor.

b. Upaya Litigasi

- 1.) Gugatan Perbuatan Melawan Hukum Pasal 1365 KUH Perdata
Promotor yang melakukan somasi sebagai bentuk intimidasi atas kritik yang wajar dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum karena

melanggar hak konsumen yang dilindungi undang-undang. Gugatan diajukan ke Pengadilan Negeri dengan tuntutan ganti rugi materiil dan immateriil. contoh pada kerugian immateriil misalnya kerugian psikologis akibat ancaman.

- 2.) Gugatan Konsumen melalui BPSK yang dilanjutkan ke pengadilan Berdasarkan Pasal 57 UU Perlindungan Konsumen, bahwa putusan BPSK tidak dipatuhi, konsumen dapat mengajukan permohonan eksekusi ke Pengadilan Negeri.
 - 3.) Gugatan *Class Action* atau biasanya disebut Gugatan Perwakilan Kelompok Jika banyak penggemar yang mengalami tindakan somasi serupa, dapat mengajukan gugatan secara bersama-sama, hal ini diakomodasi pada Pasal 46 ayat (1) huruf d UUPK.
- c. Upaya Administratif
Upaya administratif dapat dilakukan dengan mengajukan laporan ke Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga merupakan unit kerja di bawah Kementerian Perdagangan yang memiliki kewenangan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, karena promotor melanggar kewajiban menghormati hak konsumen. Sanksi administratif dapat berupa teguran, denda, hingga pencabutan izin usaha.
- d. Upaya Pidana
Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha yang melanggar kewajiban, dan bukan hak konsumen dapat dipidana. Namun, pelanggaran Pasal 4 huruf d UU Perlindungan Konsumen secara langsung tidak memiliki ancaman pidana. Ancaman pidana dalam UU Perlindungan Konsumen lebih terkait dengan klausula baku pada Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen atau peredaran barang berbahaya. Jadi untuk somasi semata, sulit dipidana berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. Namun, dalam kondisi tertentu, upaya ini dapat digunakan.

D. Penutup

Berdasarkan perspektif UU Pelindungan Data Pribadi, dalam formulir MCP Membership tidak terdapat klausul yang menyatakan bahwa data pribadi dapat digunakan untuk keperluan hukum seperti somasi. Oleh karena itu, tindakan PT MCP yang mengirimkan somasi kepada konsumennya yang hanya menyampaikan keluhan secara publik dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip pembatasan tujuan (*purpose limitation*). Jika ditinjau dari UU Perlindungan Konsumen, tindakan somasi tersebut bertentangan dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen karena menghambat hak konsumen dalam menyampaikan keluhan, berpotensi bersifat intimidatif, serta menunjukkan tidak adanya itikad baik dalam penyelesaian sengketa. Berdasarkan hal-hal di atas, konsumen berhak mengajukan upaya hukum baik secara non-litigasi maupun litigasi. Kehadiran BPKN pun diharapkan tidak hanya berperan sebagai lembaga mediasi, tetapi juga mampu memberikan teguran dan berpihak kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Handoko, Felicia Angela, Soerjantini Rahaju, dan Ide Bagus Siaputra. "Fanatisme Penggemar K-Pop Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, dan Pemujaan Selebritas pada Penggemar K-Pop". *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology Vol. 11 No. 1 (2024)*. Hlm. 55–74. Doi: 10.24854/jpu714
- Fatin, Fayruz Khalisa. "Analisis Wanprestasi Promotor Konser DAY6 dan Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Perdata". *Jurnal Dialektika Hukum Vol. 7 No. 2 (Desember 2025)*. Hlm. 219–231. Doi: <https://doi.org/10.36859/jdh.v7i2.5035>
- Damayanti, Nurhaliza & Rani Apriani. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen pada Kasus Perubahan Venue Konser DAY6 oleh Promotor". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol. 11 No. 11 (November 2025)*. Hlm. 74–84.
<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11968>
- Agustien, Salsha Dwi, dkk. "Dampak Pelanggaran Etika Bisnis terhadap Konsumen: Studi Kasus Promotor Mecimapro dalam Penyelenggaraan Konser Musik Internasional di Indonesia". *Peng Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2 No. 2B (2025)*. Hlm. 4107–4116. <https://doi.org/10.62710/8j7s4616>
- Arief, Lingga Syailendra & Ruli Purwanto. "Tinjauan Yuridis Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2022 dalam Menangani Kebocoran Data Pelanggan E-Commerce". *Pemuliaan Keadilan Vol. 2 No. 3 (Juli 2025)*. Hlm. 85–102.
<https://doi.org/10.62383/pk.v2i3.1019>
- Kuahaty, Sarah Selfina, Teng Berlianty, Theresia Louize Pesulima, & Agustina Balik. "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah". *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum Vol. 1 No. 2 (2021)*. Hlm. 63–72. <https://doi.org/10.47268/aiwadthu.v1i2.656>
- Mayer-Schönberger, Viktor. "Beyond Privacy, Beyond Rights-Toward a 'Systems' Theory of Information Governance". *California Law Review Vol. 98 No. 6 (2010)*. Hlm. 1853–1888.

Websites

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. "Visi dan Misi". <https://bpkn.go.id/page/visi-dan-misi>. Diakses 1 Juni 2025.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. "Tugas dan Fungsi". <https://bpkn.go.id/page/tugas-dan-fungsi>. Diakses 1 Juni 2025.
- Mecimapro. "About Us". <https://www.mecimapro.com/>. Diakses 19 Juni 2026.
- Mecimapro. "MCP Membership 2025 Form Registration". <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSetp8BPacPYJH3Z9hVns3ctix5GBGEkaYIjwSTjBPfvlXiflA/viewform>. Diakses 31 Mei 2025.
- MYDAY BERSERIKAT. "Unggahan Mengenai Pengiriman Truk Protes kepada JYP Entertainment dan Badan Perlindungan Konsumen Indonesia". <https://x.com/mydayberserikat/status/1904936876185932156>. Diakses 19 Juni 2026.
- MYDAY BERSERIKAT. "Total Persentase Bulan April Tahun 2025". <https://x.com/mydayberserikat/status/1928454183516246097>. Diakses 31 Mei 2025.
- TEMPO. "JYP Entertainment Minta Maaf atas Kekacauan Konser DAY6 di Jakarta". <https://www.tempo.co/teroka/jyp-entertainment-minta-maaf-atas-kekacauan-konser-day6-di-jakarta-1334589>. Diakses 19 September 2025.
- Putriningtias, Aulia. "Fans DAY6 Dapat Snack Kedaluwarsa Saat Konser, Ini Bahayanya Jika Dikonsumsi". <https://www.medcom.id/gaya/fitness-health/0KvYjAok-fans-day6-dapat->

snack-kedaluwarsa-saat-konser-ini-bahayanya-jika-dikonsumsi. Diakses 20 September 2025.

Change.org. "Sediakan Opsi Refund untuk Konser DAY6 Forever Young in Jakarta 3 Mei 2025". <https://www.change.org/p/sediakan-opsi-refund-untuk-konser-day6-forever-young-in-jakarta-3-mei-2025>. Diakses 19 Juni 2026.

Airevsev. "Klarifikasi Mengenai Somasi Mecimapro". <https://x.com/i/status/1928280817488248846>. Diakses 28 April 2026.

Ngeluhmuluuu. "Klarifikasi Mengenai Somasi Mecimapro". <https://x.com/i/status/1928632799721914407>. Diakses 28 April 2026.

MYDAY BERSERIKAT. "Mengenai Tempat Venue". <https://x.com/i/status/1903136491964104922>. Diakses 1 Juni 2025.

Peraturan Perundang-undangan

Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.