UNES LAW REVIEW
+62 813 6511 8590
+62 813 6511 8590
https://review-unes.com/
uneslawreview@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4
Diterima: 29/05/2023, Diperbaiki: 21/06/2023, Diterbitkan: 22/06/2023

AKUN SOSIAL MEDIA SEBAGAI OBJEK ASURANSI

Muhammad Lukman Nurhakim[1]
[1] Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia.
Email: lukmannrhkm13@gmail.com

***Corresponding Author*:** Muhammad Lukman Nurhakim

ABSTRACT

The development of the digital era has made various aspects of sosial media expand in terms of function and technology. Sosial media is no longer just a tool for sosializing but has also developed as a driving force for the economic sector. The ease of interacting with various groups is used by various parties to gain benefits, one of the parties who experience these benefits is sosial media influencers. Those who have influence in cyberspace with the number of followers, make sosial media a tool to earn income. This phenomenon makes the ownership of a sosial media account have economic value, this paradigm makes the ownership of a sosial media account cannot escape the threat of crime. This study examines the risks associated with owning a sosial media account and whether ownership of a sosial media account can be used as an object in an insurance agreement. This research is a normative legal research using statutory and conceptual approaches. Based on the research conducted, it can be concluded that ownership of sosial media accounts can be insured based on the Commercial Code, Law Number 40 of 2014 concerning Insurance, as well as the theory of applicable insurance law.

Keywords: *Insurance. Sosial Media. Insurance Object.*

ABSTRAK

Perkembangan era digital membuat berbagai aspek pada sosial media berekspansi dari segi fungsi maupun teknologinya. Sosial media tidak lagi hanya menjadi alat bersosialisasi namun juga berkembang sebagai motor penggerak sektor perekonomian. Kemudahan berinteraksi dengan berbagai kalangan dimanfaatkan berbagai pihak untuk meraih keuntungan, salah satu pihak yang merasakan keuntungan tersebut adalah para *influencer* sosial media. Mereka yang memliki pengaruh di dunia maya dengan jumlah pengikutnya, menjadikan sosial media sebagai alat untuk mendapatkan penghasilan. Fenomena ini membuat kepemilikan sebuah akun sosial media memiliki nilai secara ekonomis, paradigma ini membuat kepemilikan akun sosial media tidak luput dari ancaman kejahatan. Berbagai risiko sudah bermunculan dan tercatat menyebabkan kerugian yang tidak sedikit bagi pemilik akun sosial media. Penelitian ini mengkaji mengenai risiko yang dimiliki kepemilikan akun sosial media dan apakah kepemilikan

akun sosial media dapat dijadikan sebagai objek dalam perjanjian asuransi. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan undang-undang dan pendekatan konseptual. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kepemilikan akun sosial media dapat diasuransikan berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, serta teori hukum asuransi yang berlaku.

Kata Kunci: Asuransi, Media Sosial. Objek Asuransi.

PENDAHULUAN

Sosial media telah berkembang pesat sejak kemunculannya pada 2 dekade terakhir[1], media sosial yang pada awalnya hanya digunakan sebagai media komunikasi secara daring sekarang berkembang menjadi wadah untuk berbinis. Salah satu penggunaannya adalah untuk media promosi dan komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen.[2] Promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak hanya dilakukan secara mandiri namun juga menggunakan bantuan para "*influencer sosial media*". *Influencer* di sosial media ini merupakan orang-orang yang memiliki pengaruh di bidangnya masing-masing sesuai konten yang mereka jual di sosial media mereka. Fenomena promosi melalu influencer ini dikenal sebagai endorse. Perjanjian yang terjadi antara pelaku usaha yang ingin mempromosikan barang jualannya dengan influencer yang nantinya akan mempromosikan barang dagangan atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha di media sosialnya.

Fenomena endorse *influencer* ini sangat berkembang terutama sejak masa pandemi, ketika promosi secara daring tidak bisa dilakukan, para pelaku usaha bekerja sama dengan *influencer* yang memiliki pengaruh di dunia maya untuk tetap membuat usaha nya berjalan. Pada akhirnya media sosial akan menjadi bagian integral dari siklus hidup bisnis (seperti halnya surat, telegraf, telepon, dan email) karena merupakan cara baru dan efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan. Media sosial secara efektif mengisi celah antara pemasaran massal dan komunikasi satu lawan satu, memungkinkan perusahaan membuat dan mengelola penawaran yang tepat, pada waktu yang tepat, melalui saluran yang tepat ke kelompok kepentingan yang cukup besar untuk kelangsungan ekonomi.

Meskipun teknologi memang membantu untuk memudahkan kehidupan manusia, tetap saja kejahatan akan selalu mengikuti pada berbagai aspek. Kejahatan tersebut bisa timbul dari adanya celah kekurangan dari teknologi yang digunakan, tak terkecuali sosial media. Pada tahun 2022 setidaknya ada 4 laporan kerugian yang dialami sosial media *influencer* di berbagai sosial media. Kasus yang terjadi pada Gen Halilintar, yakni keluarga selebriti sosial media dengan jumlah subscriber belasan juta pernah mengalami serangan hacker hingga kehilangan 17.5 juta subscriber. Kemudian ada Dewi Persik, pedangdut Indonesia ini menjadi korban hacker hingga kehilangan akun Instagram pribadinya, dewi persik juga sempat melaporkannya peristiwa ini kepada pihak yang berwajib. Kemudian Krisdayanti (Diva Indonesia dan Anggota DPR RI) juga

[1] https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200906073523-37-184673/ini-dia-medsos-pertama-di-dunia-pernah-bikin-akunnya-gak diakses pada tanggal 25 Mei 2023

2 Darshana Sedera dan Chee-Wee Tan. *Digital business transformation in innovation and entrepreneurship.* School of Business University of Queensland Brisbane, Australia. Volume 59. Issue 3. April 2022, 103620

menjadi sasaran hacker pada akun sosial medianya. Krisdayanti kehilangan akun Intagram pribadinya akibat perbuatan hacker tersebut. Terakhir, ada Denny Sumargo mengalami peretasan hingga channel YouTube-nya diambil alih hacker. Menurut pengakuan Denny Sumargo ia mengalami kerugian hingga miliaran rupiah.[3] Kasus-kasus tersebut hanya merupakan beberapa kasus pencurian dan kehilangan yang terjadi terhadap akun sosial media. Dunia maya terkhusus sosial media yang semakin berkembang menyebabkan tindak kejahatan terhadap sosial media juga semakin banyak. Risiko-risiko terhadap sosial media, baik berupa pencurian maupun kehilangan, merupakan risiko yang tidak dapat diprediksi.

Berdasarkan data tersebut tidak aneh jika dikatakan bahwa media sosial merupakan asset yang menjadi factor utama dalam pekerjaan *influencer* sosial media, permasalahan yang mungkin muncul dalam dunia digital pada umumnya adalah kejahatan *cyber* yang salah satunya kegiatan hacker yang membuat pemilik akun sosial media tidak bisa mengakses akun miliknya. Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis berpikir bahwa diperlukan suatu mekanisme yang dapat melindungi pemilik sosial media terutama para i*nfluencer* atau pihak-pihak lain dari kerugian, salah satunya dengan asuransi. Maka penelitian ini, akan menganalisis apakah akun sosial media dapat dijadikan sebagai obyek perjanjian asuransi berdasarkan teori-teori hukum asuransi yang ada. Selain itu, dalam tulisan ini juga akan menganalisis lebih lanjut terkait peraturan perundang-undangan di Indonesia mengenai asuransi dan apakah peraturan tersebut memperbolehkan untuk menjadikan akun sosial media sebagai objek perjanjian asuransi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis-normatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian untuk mengkaji penerapan kaidah maupun norma hukum yang berlaku di masyarakat.[4] Penelitian normatif dapat dilakukan dengan cara mencari, menemukan, dan mengkaji bahan-bahan kajian hukum. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian serta bahan hukum sekunder berupa buku-buku dan hasil karya ilmiah, dan bahan hukum tersier. Penelitian ini dikaji menggunakan analisis yang bersifat kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Ketentuan mengenai perasuransian diatur secara umum dalam KUHD, khususnya dalam Bab IX dan Bab X. Selain mengatur mengenai pengertian asuransi seta prinsip-prinsip asuransi, KUHD juga mengatur mengenai hal-hal yang dapat dipertanggungkan. Pada Pasal 247 KUHD, diatur bahwa pertanggungan dapat mengenai bahaya kebakaran, bahaya yang mengancam hasil pertanian yang belum dipanen, jiwa orang, bahaya laut dan perbudakan, serta bahaya yang mengancam pengangkutan. Pada pasal

[3] https://www.detik.com/bali/berita/d-6297083/5-artis-jadi-korban-hacker-hingga-rugi-miliaran-rupiah diakses pada tanggal 22 Mei 2023

[4] Ibrahim Johnny, *Teori Metodologi Pendidikan Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), hal. 295.

tersebut terlihat bahwa KUHD mengatur secara terbatas mengenai hal-hal yang dapat dipertanggungkan. Dengan diaturnya hal-hal yang dapat dipertanggungkan secara terbatas, hal ini menyebabkan akun sosial media tidak termasuk ke dalam kategori yang dapat dijadikan sebagai objek dalam perjanjian asuransi.

Kemudian bila melihat Pasal 268 KUHD, pasal tersebut mengatur secara lebih luas mengenai hal-hal yang dapat dipertanggungkan. Pasal 268 KUHD berbunyi sebagai berikut: "Suatu pertanggungan dapat mengenai segala kepentingan yang dapat dinilaikan dengan uang, dapat diancam oleh sesuatu bahaya, dan tidak dikecualikan oleh undang-undang. "Berdasarkan pasal tersebut memperluas kemungkinan suatu perjanjian asuransi dapat mempertanggunggkan sesuatu selama terdapat kepentingan antara tertanggung dengan obyek yang dipertanggungkan, dengan syarat obyek tersebut memenuhi beberapa hal yakni dapat dinilai dengan uang, ada ancaman bahaya, dan tidak dilarang oleh undang-undang. Hakikatnya sosial media hanyalah sebuah platform online untuk manusia saling bersilaturahmi secara online, namun seiring perkembangan teknologi dan transisi dunia digital. Sosial media berubah memiliki berbagai fungsi baik secara sosial maupun ekonomi. Fenomena *influencer* dengan system endorse-an turut mengambil peran penting dalam pasar dunia digital.

Risiko yang muncul cukup beragam, adanya kemungkinan juga memiliki berbagai risiko yang dapat menyebabkan kerugan bagi pemiliknya. Selain itu, pada saat ini lemahnya keamanan *cyber* dan maraknya *cybercrime* dari berbagai penjuru dunia. Maka dengan demikian, akun sosial media dapat diasuransikan berdasarkan Pasal 268 KUHD, dengan catatan bahwa tertanggung memiliki suatu kepentingan finansial dengan akun sosial media yang akan dipertanggungkan. Ketentuan dalam Pasal 247 dan 268 KUHD sangat berbeda meskipun mengatur mengenai hal yang sama, hal in menimbulkan suatu kerancuan terkait objek yang dapat diasuransikan. Namun, seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, bahwa Pasal 247 KUHD hanya merupakan acuan dan tidak membatasi timbulnya produk asuransi baru. Dengan demikian, produk asuransi dapat terus bertambah seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian merupakan peraturan yang mengatur mengenai asuransi di Indonesia. UU ini khususnya mengatur mengenai perusahaan perasuransian, tetapi UU ini juga mengatur mengenai dasar-dasar hukum asuransi, sebagai pelengkap dari ketentuan asuransi dalam KUHD. Berbeda dengan KUHD, UU Perasuransian mengatur secara lebih luas mengenai hal-hal yang dapat dipertanggungkan. Hal in mengacu pada pengertian objek asuransi yang diatur dalam Pasal 1 angka 25 UU Perasuransian, yang bunyinya seperti berikut: "Objek asuransi adalah jiwa dan raga, kesehatan manusia, tanggung jawab hukum, benda dan jasa, serta semua kepentingan lainnya yang dapat hilang, rusak, rugi, dan/atau berkurang nilainya."

Mengacu pada ketentuan pasal tersebut, salah satu objek pertanggungan menurut UU Perasuransian adalah kepentingan yang dapat hilang, rusak, rugi, dan/atau berkurang nilainya. Sehingga apabila mengacu pada pasal tersebut, selama seseorang memiliki kepentingan terhadap akun media sosial yang akan diasuransikan, maka akun sosial media tersebut dapat

diasuransikan. Selain itu, akun media sosial juga merupakan sebuah asset digital yang menghadapi berbagai risiko, sehingga dapat hilang dan menimbulkan kerugian bagi penciptanya maupun pembelinya. Dengan demikian, berdasarkan UU Perasuransian, selama adanya kepentingan terhadap akun media sosial yang akan dipertanggungkan, maka akun media sosial tersebut dapat diasuransikan.

Dalam suatu perjanjian asuransi, hanya risiko yang tergolong sebagai *insurable risk* yang dapat diasuransikan, yaitu risiko murni dan risiko fundamental. Risiko murni merupakan jenis risiko yang hanya dapat mengakibatkan atau tidak mengakibatkan kerugian bagi seseorang. Sedangkan risiko fundamental merupakan jenis risiko yang dapat memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat.Risiko murni dapat dibagi meniadi tiga, yaitu risiko manusia (*personal risks*), risiko harta (*property risks*), dan risiko tanggung jawab hukum (*liability risks*)[5]

Risiko manusia (*personal risks*) merupakan risiko yang memberikan dampak secara langsung kepada seseorang. Risiko ini terkait dengan kemungkinan hilangnya pendapatan atau set seseorang yang diakibatkan ole hilangnya kemampuan seseorang untuk memperoleh pendapatan. Umumnya risiko ini dapat disebabkan oleh lima hal, yaitu kematian, cacat, umur tua, penyakit, dan pengangguran.[6]

Risiko harta (*property risk*) merupakan risiko yang memberikan dampak terhadap harta benda milik seseorang. Risiko in terkait dengan kemungkinan rusak atau dicurinya harta benda milk orang tersebut, shingga a tidak dapat menggunakan harta bendanya atau bahkan tidak dapat memperoleh keuntungan dari harta benda tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kerugian akibat risiko harta diakibatkan oleh hilangnya harta tau hilangnya penggunaan harta yang mengakibatkan hilangnya pendapatan.[7] Risiko harta mencakup du jenis kerugian. yaitu kerugian langsung dan kerugian tidak langsung.[8]

Risiko tanggung jawab hukum (liability risk) merupakan risiko yang menyebabkan seseorang harus bertanggung jawab secara hukum akibat perbuatannya yang telah terbukti merupakan perbuatan melawan hukum. Misalnya seseorang melakukan sesuatu yang menyebabkan seseorang mengalami luka atau mengakibatkan rusaknya harta benda milik seseorang, baik disengaja maupun tidak disengaja.[9]

Terkait objek pertanggungan telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) dan UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian ("UU Perasuransian"). Menurut Pasal 247 KUHD, hal-hal yang dapat dipertanggungkan dengan asuransi antara lain meliputi bahaya kebakaran, bahaya yang mengancam hasil pertanian yang belum dipanen, jiwa satu orang atau lebih. bahaya laut dan bahaya perbudakan, bahaya pengangkutan.[10] Kemudian Pasal 268 KUHD juga mengatur objek perasuransian secara lebih luas lagi, yaitu segala kepentingan yang

[5] Vaughan, Emmet J. dan Therese M. Vaughan. (2008). *Fundamentals of risk and insurance.* New York: John Wiley & Sons, Inc.
[6] *Ibid.*
[7] *Ibid.*
[8] *Ibid.*
[9] *Ibid.*
[10] R. Subekti dan R. Tjirosudibio. (2014). Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Jakarta: Balai Pustaka. Pasal 247 KUHD

dapat dinilai dengan uang dan dapat diancam dengan bahaya serta tidak dilarang undang-undang,[11] sedangkan menurut Pasal 1 angka 25 UU Perasuransian, objek pertanggungan adalah jiwa dan raga, kesehatan manusia, tanggung jawab hukum, benda dan jasa, serta semua kepentingan lainnya yang dapat hilang, rusak, rugi, maupun berkurang nilainya.[12]

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa objek yang dapat dipertanggungkan hanyalah risiko yang tergolong sebagai *insurable risk*. Risiko yang tergolong sebagai *insurable risk* meliputi risiko murni dan risiko fundamental. Risiko murni adalah jenis risiko yang hanya dapat mengakibatkan atau tidak mengakibatkan kerugian bagi seseorang, yang mana risiko ini meliputi risiko manusia (*personal risks*), risiko harta (*property risks*), dan risiko tanggung jawab hukum (*liability risks*).

Risiko yang mungkin timbul dalam kepemilikian akun sosial media adalah suatu keadaan yang menyebabkan seseorang tidak dapat mengakses akun sosial media milikinya atau ataupun mengakibatkan seseorang tidak dapat mengakses akun sosial media miliknya. Risiko-risiko tersebut hanya dapat menimbulkan kerugian kepada pemilik akun sosial media dan tidak dapat menyebakan keuntungan. Sehingga risiko-risiko yang dimiliki oleh akun sosial media merupakan risiko murni yang tergolong sebagai *insurable risk*. Risiko yang dimiliki oleh akun sosial media dapat dikategorikan sebagai resiko harta karena dapat mempengaruhi penghasilan yang memilikinya.

Risiko harta merupakan risiko yang memberikan dampak terhadap harta benda milik seseorang. Hal ini terkait dengan kemungkinan rusak atau dicurinya harta benda milik seseorang, sehingga ia tidak dapat menggunakan atau bahkan tidak memperoleh keuntungan dari harta benda tersebut. Menurut KBBI harta dapat diartikan sebagai "barang (uang dan sebagainya) yang menjadi kekayaan; barang milik seseorang. Berdasarkan pengamatan perkembangan sosial yang berubah menjadi tempat jasa promosi berbayar maka akun sosial media tertentu dapat dikatakan sebagai sebuah harta benda, dikarenakan akun sosial media dapat menjadi mata pencaharian yang memiliki nilai ekonomis bagi seseorang. Suatu akun sosial media memiliki berbagai risiko yang dapat mengakibatkan kerugian terhadap seorang pemilik sosial media, risiko tersebut dapat berupa peretasan yang menyebabkan akun sosial media tidak dapat diakses oleh pemiliki ataupun akun tersebut hilang. Apabila seseorang kehilangan kepemilikannya atas sebuah sosial media, maka ia dapat mengalami kerugian dikarenakan tidak dapat menggunakan atau bahkan tidak dapat menerima keuntungan dari akun sosial media tersebut. Dengan demikian, risiko dari akun sosial media dapat dikategorikan sebagai risiko harta, yang merupakan *insurable risk*. Sehingga berdasarkan hal tersebut, risiko-risiko akun sosial media dapat diasuransikan.

Perkembangan bisnis asuransi di dunia terus mengekspansi berbagai aspek kehidupan manusia, untuk mengalihkan risiko yang ada kepada ke perusahaan asuransi. Melihat potensi yang cukup baik, beberapa perusahaan di dunia sudah mulai menawarkan program asuransinya untuk sosial media. Beberapa perusahaan tersebut berdomisili di Israel dan Inggris.

[11] *Ibid.* Pasal 268 KUHD
[12] Indonesia. *Undang-Undang Perasuransian*. Pasal 1 Angka 25

Di Israel, sebuah *startup* bernama Notch memberikan layanan asuransi terhadap akun Instagram dengan biaya USD 8 (Rp 120 ribu) per bulan. Untuk saat ini asuransi yang ditawarkan hanya mencakup peretasan. Jika akun Instagram diasuransikan, artinya pengguna akan mendapatkan uang saat ada orang meretas akun mereka dan si pengguna kehilangan akses. *Startup* Notch menghitung berapa biaya yang dibayarkan dengan salah satu pertimbangannya berasal dari mana *follower* berasal, berapa banyak jumlah *follower*, *engagement*, berapa banyak jumlah unggahan per bulan, dan berapa banyak unggahan yang disponsori. Faktor-faktor tersebut digabungkan dan perusahaan akan berapa nilai sebuah akun dan berapa uang yang harus dibayarkan tiap bulan untuk biaya asuransi.[13]

Di belahan bumi lain, sebuah perusahaan asuransi yang berbasis di Inggris telah mengeluarkan program asuransi untuk melindungi kalangan penggguna sosial media dari kejahatan yang banyak terjadi dunia internet dan jejaring sosial. Perusahaan Bernama iAllow itu, akan membantu para pengguna sosial media untuk menghapus semua kejadian yang tidak diinginkan dan memalukan yang dialami oleh mereka yang menggunakan sosial media. Perusahaan tersebut menawarkan asuransi tersebut dengan premi yang terjangkau, hanya sekitar US$4,95 (Rp 41 ribu) per bulan. Jika akun pengguna di-hack atau identitasnya dicuri, asuransi ini akan mengambil langkah-langkah hukum serta berusaha untuk menemukan identitas pelaku penerobosan tersebut. Perusahaan ini akan memberikan laporan risiko kepada kalangan penggunanya tentang informasi akun pribadi mereka dan memberikan analisis tentang faktor resikonya[14].

KESIMPULAN

Sebagai suatu aset digital, kepemilikan akun sosial media dengan jumlah pengikut atau subscriber besar memiliki berbagai risiko yang dapat menyebabkan hilangnya kepemilikan seseorang atas sebuah akun sosial media tersebut atau tidak dapat diaksesnya akun sosial media milik seseorang, baik dikarenakan sistem sosial medianya yang bermasalah, maupun karena adanya tindak kejahatan yang dilakukan oleh pihak ketiga. Hal ini dapat terjadi kepada seluruh pemilik akun sosial media yang memiliki pengaruh di masyarakat dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar.

Dalam suatu perjanjian asuransi, risiko yang dapat dipertanggungkan merupakan risiko yang tergolong sebagai insurable risk. Kemudian agar perjanjian asuransi sah, perjanjian tersebut juga harus memenuhi syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan juga memenuhi syarat khusus, yaitu *insurable interest* dan *utmost good faith*. Perjanjian tersebut juga harus memenuhi prinsip-prinsip asuransi, yatu *insurable interest*, *utmost good faith*, *indemnity*, *proximate cause*, subrogasi, dan kontribusi. Di Indonesia, ketentuan perasuransian diatur dalam KUHD dan U Perasuransian. Terkait obiek asuransi diatur dalam Pasal 247 dan Pasal 268 KUHD serta Pasal 1 angka 25 UU Perasuransian. Pasal 247 KUHD menyatakan bahwa hal yang

[13] https://www.liputan6.com/tekno/read/5006918/unik-startup-ini-beri-asuransi-pada-akun-instagram diakses pada tanggal 25 Mei 2023

[14] https://www.beritasatu.com/iptek/74849/asuransi-untuk-pengguna-jejaring-sosial-media diakses pada tanggal 25 Mei 2023

dapat diasuransikan meliputi bahaya kebakaran, bahaya yang mengancam hasil pertanian, jiwa manusia, bahaya laut dan bahaya perbudakan, serta bahaya pengangkutan. Sedangkan dalam Pasal 268 KUHD dan Pasal 1 angka 25 UU Perasuransian diatur bahwa hal yang dapat diasuransikan adalah kepentingan yang dapat mengalami kerugian. Ketentuan dalam KUHD dan UU Perasuransian sama-sama berlaku dan saling melengkapi.

Kesimpulannya adalah sosial media dapat diasuransikan jika pemilik dapat membuktikan bahwa sosial media yang dimiliki mempunyai nilai secara ekonomi dan memiliki ancaman atau risiko di kemudian hari yang mungkin dapat menyebabkan kerugian bagi pemilik sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas Salim. (1991). *Dasar-Dasar Asuransi*. Jakarta: CV.Rajawali.

Abbas Salim. (2000). *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Raja Grafindo

Abdulkadir Muhammad. (2006). *Hukum Asuransi Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.

Brian Amv Prastyo. (2011). *Asuransi*. Depok: Djokosoetono Research Center FH UI.

Cahyono Ahmad Budi dan Surini Ahlan Sjarif. (2008). *Mengenal Hukum Perdata*. Jakarta: Cv Gitama Java.

Emmett J. Vaughan dan Therese M. Vaughan. (1996). *Fundamentals of risk and insurance.* New York: John Wiley and Sons.

Fauzi, Wetria. (2019). *Hukum Asuransi di Indonesia*. Padang: Andalas University Press

Ibrahim Johnny. (2006). *Teori Metodologi Pendidikan Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing.

Man Suparman Sastrawidjaja. (2003). *Aspek-Aspek Hukum Asuransi Dan Surat Berharga*, Bandung: P.T. Alumni.

Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Seri Literasi Keuangan Buku 4: Perasuransian*. Otoritas Jasa Keuangan.

R. Subekti dan R. Tjirosudibio. (2014). *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang*. Jakarta: Balai Pustaka.

Redja, George E. dan Michael J. McNamara. (2014). *Principles of Risk Management and Insurance*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Soesilo. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Buana Press

Subagiyo, latak Dwi dan Fries Mela Salviana. (2016) *Hukum Asuransi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.

Subekti, R dan R. Tjitrosudibio. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Vaughan, Emmet J. dan Therese M. Vaughan. (2008) *Fundamentals of Risk and Insurance*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Undang-Undang Nomor 40 tentang Perasuransian Tahun 2014