# BAB III

# ASPEK HUKUM MENGENAI BOCORNYA DATA PELANGGAN SELULER DAN *SPAM* SMS (*SHORT MESSAGE SERVICE*)

## A. Pengertian *Spam*, SMS, dan *Spam* SMS

*Spam* secara umum didefinisikan sebagail *email* yang tidak diharapkan.[1] Akan tetapi, *spam* juga dihubungkan dengan permintaan jenis penipuan yang melibatkan uang (*con artist*).[2] *Spamming* adalah hal yang mengkhawatirkan karena volume pesan yang dapat mengisi server *email* serta kotak *email* besar, dan karenanya menyumbat sistem dengan berbagai *file* tidak penting.[3]

Kata *spam* sebenarnya berasal dari merek daging kalengan, dengan bahan dasar babi, yang diproduksi di Amerika Serikat. Istilah *spam* terinspirasi dari sebuah sketsa komedi acara televisi Monty Phyton di Inggris.[4] Dalam acara itu, sekelompok orang menyanyikan "*Spam*" berulang-ulang dengan suara keras sehingga obrolan orang-orang lain tidak

[1] James A.Hall dan Tommie Singleton, *Audit Teknologi Informasi Dan Assurance*, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta, 2007, hlm.106
[2] *Ibid*
[3] *Ibid*
[4] Wicak Hidayat, *Mengamankan Komputer Dari Spyware*, Mediakita, Jakarta Selatan, 2007, hlm.36

terdengar.[5] Efek serupa terjadi ketika *email* promosi memenuhi *inbox* seseorang hingga *email* non promosi menjadi tidak terbaca.[6]

Bentuk *spam* yang dikenal secara umum meliputi[7] :

1. *Spam* surat elektronik

   Dikenal sebagai surat elektronik massal yang tidak diminta (*unsocialicited bulk email* atau UBE), *junk email*, atau surat eletronik komersial yang tidak diminta (*unsocialited commercial email* atau UCE), adalah praktik pengiriman pesan dalam surat elektronik yang tidak diinginkan, sering bersifat komersial, dan masuk dalam jumlah besar kepada siapa pun.

2. *Spam* pesan instan

   *Spam* pesan instan memanfaatkan sistem dari pesan instan. *Spam* pesan instan cenderung tidak diblokir oleh *firewall* sehingga saluran ini sangat berguna bagi para *spammers*.

3. *Spam usenet newsgroup* dan forum

   Jenis *spam* yang sasarannya adalah *usenet newsgroup*. *Spam* ini sering masuk secara berulang dengan subtansi pesan yang sama. *Spam* forum adalah menciptakan pesan berupa iklan atau pesan yang tidak diinginkan di forum internet. Kebanyakan *spam* di forum terdiri dari *link* ke situs eksternal, dengan tujuan selain

---

[5] *Ibid*
[6] *Ibid*
[7] http://id.wikipedia.org/wiki/Spam diakses pada hari Selasa, Tanggal 12 April 2011, Pukul 1:07 WIB

untuk meningkatkan visibilitas mesin pencari, juga untuk menghasilkan lebih banyak lalu lintas dalam situs web komersial itu.

4. *Spam* telepon genggam

   *Spam* ini diarahkan pada layanan pesan teks di ponsel. *Spam* ini bisa sangat menggangu pelanggan karena bukan hanya masalah ketidaknyamanan, tetapi juga karena biaya yang mungkin dikenakan dari setiap pesan teks yang diterima.

5. *Spam* mesin pencari informasi *web* (*web search engine spam*)

   *Spam* ini disebut juga *spamdexing*, singkatan dari *spamming* dan *indexing*. *Spamdexing* ini mengacu pada praktek di www dari modifikasi halaman HTML untuk meningkatkan kesempatan mereka dalam menempatkan spam di mesin pencari dengan relevansi paling tinggi.

6. *Spam* blog

   *Spam* blog atau “blam” secara singkat adalah *spam* pada weblog. *Spam* ini mengambil keuntungan dari komentar terbuka dalam blog perangkat lunak *moveble type* dengan berulang kali menempatkan komentar untuk berbagai posting blog.

*Email spam* memuat iklan yang tidak diharapkan kedatangannya oleh penerimanya. Biasanya tidak dibaca oleh penerimanya dan langsung dihapus, sehingga dari itu *email spam* dikenal juga dengan nama *junk email*

alias *email* sampah.[8] Menurut penyelidikan hampir 50% *email* dari lalu lintas *email* yang beredar di dunia adalah *spam*.[9] Alamat-alamat *email* yang valid dari alamat *spam* ada yang diperjualbelikan di sindikat *spammer*, sehingga proses *spamming* ini akan terus berjalan.[10]

Ciri-ciri *Spam*[11] :

1. Beberapa layanan *email* memiliki fasilitas khusus untuk memfilter *email* yang sifatnya *spam*, biasanya *email spam* akan masuk ke dalam direktori *bulk* atau direktori massal.
2. *Spam* biasanya berisi penawaran barang, *software*, video, musik, atau konten berbau pornografi.
3. Isi *spam* terkadang berisi sesuatu hal yang tidak kita lakukan, misalnya Anda adalah pemenang undian (lotere), padahal Anda belum pernah mengikutinya sama sekali.
4. *Spam* biasanya berisi himbauan kepada *Anda* untuk mengisi identitas pribadi dan rahasia yang Anda miliki.
5. *Spam* ada juga yang isinya menawarkan produk obat-obatan atau kesehatan. Misalnya saja, cara meninggikan badan secara cepat atau menurunkan berat badan secara cepat.
6. *Spam* sifatnya tidak merusak, tetapi membuat Anda tidak nyaman.

---

[8] Happy Chandraleka, *Trik Mengantisipasi Hacking Email*, Mediakita, Jakarta Selatan, 2009, hlm.58
[9] Ali Zaki dan SmitDev Community, *Trik Mengamankan Komputer Untuk Pemula*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2009, hlm.96-97
[10] *Ibid*, hlm.97
[11] Dominikus Juju, *Teknik Menangkal Kejahatan Internet Untuk Pemula*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2008, hlm.67

7. *Spam* bisa dijadikan sebagai media penghubung virus, misalnya ketika Anda mengklik *link* yang diberikan oleh *email spam* tersebut, padahal itu hanya tipuan agar virus bisa tereksekusi.

Setiap orang tentu memiliki tujuan dalam hidupnya, termasuk juga yang mengirimkan *spam*. Kalau kita berbicara mengenai tujuan orang mengirim *spam*, tentunya ada beberapa hal yang menyebabkannya[12] :

1. Orang yang ingin menawarkan produk tertentu dengan cara yang cepat dan mudah.
2. *Spam* adalah media promosi yang murah dan bisa banyak menjaring banyak orang, sebab mereka tidak perlu banyak mengeluarkan biaya untuk melakukannya.
3. Isi pesan bisa diberikan sama, dalam jumlah yang banyak.
4. *Spam* bisa juga sebagai cara untuk melakukan penipuan, biasanya mereka meminta Anda untuk memasukan data pribadi yang Anda miliki, termasuk permintaan untuk mentransfer sejumlah uang.
5. Untuk tujuan-tujuan politik, biasanya himbauan untuk melakukan hal-hal yang sifatnya politis, misalnya untuk memilih partai tertentu atau pejabat yang ingin mendapat dukungan.

[12] *Ibid*, hlm.68

Kerugian yang disebabkan oleh *spam* diantaranya[13] :

1. *Spam* mengakibatkan waktu kita terbuang percuma, sebab kita harus membaca satu per satu *email*, apalagi jumlahnya cukup banyak.
2. Ada beberapa *email spam* sifatnya jahat, ketika kita mengakses *email spam* tersebut tanpa disadari komputer kita telah disusupi *spyware*, *malware*, *rookit*, dan bahkan virus.
3. Kerugian materiil, ada juga beberapa orang yang terkena penipuan, bahkan kehilangan ratusan dollar akibat *email spam* yang berisi pesan fiktif.
4. Jika Anda memiliki kapasitas *mailbox* yang terbatas, maka pesan-pesan yang sebenarnya penting tidak bisa masuk (*pending*) sebab *mailbox* dipenuhi oleh *email spam*.
5. Mengurangi dan menghambat *traffic* internet
6. Mengurangi produktifitas kerja karyawan.

SMS (*Short Message Service*) adalah sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah telepon genggam untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek.[14] SMS merupakan sebuah layanan yang banyak diaplikasikan pada sistem komunikasi tanpa kabel (*wireless*).

---

[13] *Ibid*, hlm.68-69

[14] http://id.wikipedia.org/wiki/layanan_pesan_singkat diakses pada hari Rabu, Tanggal 13 April 2011, Pukul 21:10 WIB

SMS memiliki beberapa keunggulan, diantaranya adalah[15] :

1. Harganya murah.
2. Merupakan "*delivered oriented service*", artinya pesan akan selalu diusahakan untuk dikirimkan ke tujuan. Jika suatu saat nomor tujuan sedang tidak aktif atau diluar jaringan, maka pesan akan disimpan di SMSC (SMS *Center*) dan akan dikirimkan seg era setelah nomor tujuan aktif kembali. Pesan juga akan terkirim ke tujuan walaupun nomor tujuan sedang sibuk.
3. Dapat dikirim ke banyak penerima sekaligus pada saat bersamaan.
4. Pesan dapat dikirim ke berbagai tujuan, seperti *email*, ataupun aplikasi lain.
5. Kegunaannya banyak untuk berbagai macam keperluan seperti kuis, *votting*, *chatting*, survey, tergantung dengan kegunaan dan fungsi aplikasi *content* yang terhubung dengan SMSC.

Melihat semakin populernya penggunaan sms, membuat sebagian orang memanfaatkan sms sebagai ajang promosi. Apalagi biaya untuk promosi melalui sms ini tergolong jauh lebih murah daripada promosi melalui cara konvensional, seperti penyebaran pamflet, spanduk, atau brosur. Promosi melalui sms ini sering kali dikirimkan ke orang banyak sekaligus. Hal inilah yang dinamakan dengan sms *spam*, yaitu sebuah sms yang memuat iklan yang dikirimkan ke banyak orang sekaligus dalam sekali pengiriman

[15] http://www.adipedia.com diakses pada hari Rabu, Tanggal 13 April 2011, Pukul 21:30 WIB

sms. Jumlah penerima sms tersebut bisa mencapai ratusan atau bahkan ribuan penerima.

## B. Aspek Hukum Mengenai Kerahasiaan Data Pelanggan

Pertumbuhan teknologi informasi yang semakin cepat berpengaruh dengan banyak ditemukannya orang atau perusahaan menawarkan produk atau jasanya melalui sarana sms sebagai media komunikasi atau alat untuk mempromosikan produk miliknya kepada costumer atau konsumen. Cara yang digunakan adalah dengan mengirimkan pesan ke banyak tujuan secara bersamaan. Padahal praktik demikian tidak dibenarkan sebagaimana diatur pada Pasal 17 Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 01/Per/M.KOMINFO/01/2009 Tentang Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium Dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat (*Short Messaging Service* / SMS) Ke Banyak Tujuan (*Broadcast*) yang mengamanatkan bahwa pengiriman jasa pesan singkat (*short messagin service*/sms) ke banyak tujuan dilarang mengirimkan pesan yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan, dan atau ketertiban umum.

Teknik umum yang biasa dilakukan oleh seseorang untuk mengirimkan pesan ke banyak tujuan adalah dengan menggunakan sebuah software dan hardware SMS *Gateway* untuk melakukan *broadcast message*. Pengiriman pesan singkat ke banyak tujuan dapat dilakukan karena orang atau perusahaan tersebut memiliki banyak data pribadi seseorang berupa

nomor telepon selular. Padahal data pribadi sejatinya bersifat privat dan memiliki hak-hak yang terkait perlindungan properti (*property rights*).[16] Dengan demikian data merupakan hak milik yang harus dijaga kerahasiaannya dan dilindungi dari penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak berwenang.

Berdasarkan fakta yang ada pada saat ini, banyak sekali pelanggan seluler menerima sms *spam* yang berisi promosi atau penawaran terhadap barang dan jasa. Hal tersebut sudah tentu mengganggu kenyamanan dan membuat resah dari pelanggan seluler itu sendiri. Hal ini bisa terjadi karena pengirim pesan singkat tersebut memiliki data pribadi seseorang berupa nomor telepon selularnya.

Data pribadi didefinisikan sebagai informasi yang berhubungan untuk mengindentifikasikan atau dapat mengidentifikasikan seseorang.[17] Data pribadi hanya dapat digunakan untuk tujuan-tujuan yang sah untuk alasan data-data tersebut dikumpulkan dan disimpan dalam suatu bentuk serta tidak boleh disimpan lebih lama dari waktu yang diperlukan untuk tujuan tersebut.[18] Data pribadi dapat diproses hanya dengan persetujuan dari subjek data jika secara hukum dipersyaratkan, atau untuk melindungi kepentingan umum atau kepentingan yang sah dari pihak swasta (*private*

[16] http://antikorupsijateng.wordpress.com diakses pada hari Rabu, Tanggal 13 April 2011, Pukul 22:15 WIB
[17] Edmon Makarim, *Op.Cit*, hlm.166
[18] *Ibid*, hlm.167-168

*party*), kecuali jika kepentingan-kepentingan tersebut melanggar kepentingan subjek data.

Ketentuan mengenai data pelanggan antara lain diatur di Pasal 42 ayat 1 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi yang mengamanatkan bahwa :

> "Penyelenggaraan jasa telekomunikasi wajib merahasiakan informasi yang dikirim dan/atau diterima oleh pelanggan jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi dan/atau jasa telekomunikasi yang diselenggarakannya."

Isi Pasal 42 ayat 1 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi telah jelas menyebutkan bahwa penyelenggara jasa telekomunikasi harus merahasiakan informasi yang dikirim dan/atau diterima pelanggan telekomunikasi, dengan kata lain operator seluler sebagai penyedia jasa telekomunikasi tidak diperkenankan untuk membocorkan data-data pelanggan telekomunikasi.

Kemudian diatur lebih spesifik di Pasal 5 Peraturan Menkominfo Nomor 23/M.KOMINFO/10/2005 Tentang Registrasi Terhadap Pelanggan Jasa Telekomunikasi yang mengamanatkan bahwa :

1. Penyelenggara jasa telekomunikasi wajib menyimpan identitas pelanggan jasa telekomunikasi prabayar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) selama pelanggan jasa telekomunikasi aktif menggunakan jasa telekomunikasi dimaksud.
2. Dalam hal pelanggan jasa telekomunikasi prabayar tidak aktif lagi, penyelenggara jasa telekomunikasi wajib menyimpan identitas pelanggan jasa telekomunikasi prabayar sebagaimana dimaksud

dalam Pasal 4 ayat (2) sekurang-kurangnya 90 (sembilan puluh) hari terhitung sejak tanggal dimulai ketidak aktifan pelanggan jasa dimaksud.

3. Penyelenggara jasa telekomunikasi wajib merahasiakan data pelanggan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) huruf b dalam rangka perlindungan hak-hak privat pelanggan.
4. Dikecualikan dari ketentutan ayat (3), penyelenggara jasa telekomunikasi wajib menyerahkan identitas pelanggan jasa telekomunikasi prabayar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) atas permintaan :
    a. Jaksa agung dan/atau Kepala Kepolisian Republik Indonesia untuk proses peradilan tindak pidana terkait.
    b. Menteri yang membidangi telekomunikasi untuk keperluan kebijakan di bidang telekomunikasi.
    c. Penyidik untuk proses peradilan tindak pidana tertentu lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Isi Pasal 5 Peraturan Menkominfo Nomor 23/M.KOMINFO/10/2005 Tentang Registrasi Terhadap Pelanggan Jasa Telekomunikasi telah jelas menyebutkan bahwa operator seluler wajib menyimpan identitas dan merahasiakan data pelanggan jasa telekomunikasi. Operator seluler hanya boleh menyerahkan identitas pelanggan telekomunikasi apabila diminta oleh pihak-pihak yang berwenang seperti Jaksa Agung dan/atau Kepolisian Republik Indonesia, Menteri, dan Penyidik.

Berdasarkan ketentuan-ketentuan diatas yang sangat jelas dan kuat aspek legalnya, penyelenggara telekomunikasi harus ekstra waspada terhadap kegiatan-kegiatan promosi, marketing atau kegiatan apapun yang berkaitan dengan pihak ketika yang berkaitan dengan data pelanggan,

karena kerahasiaan data pelanggan merupakan suatu aset yang sangat *confidential*.[19]

[19] http://www.depkomindo.go.id diakes pada hari Senin, Tanggal 18 April 2011, Pukul 20:00 WIB