



SKRIPSI

Judul:

Perlindungan Hukum Konsumen Atas Iklan Hasil
Rekayasa Kecerdasan Buatan

Disusun oleh:

GERTRUD FELITA MAHESWARI ANDREAS
NIM. 205210166

PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2025

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN ATAS IKLAN HASIL REKAYASA
KECERDASAN BUATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum di Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara

Oleh:

Nama : Gertrud Felita Maheswari Andreas
NIM : 205210166
Peminatan : Hukum Bisnis

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2025**

Pengesahan

Nama : GERTRUD FELITA MAHESWARI ANDREAS
NIM : 205210166
Program Studi : HUKUM
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Konsumen Atas Iklan Hasil Rekayasa Kecerdasan Buatan
Title : Legal Protection for Consumers Against Artificial Intelligence-Generated Advertisements

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi HUKUM Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara pada tanggal 13-Januari-2025.

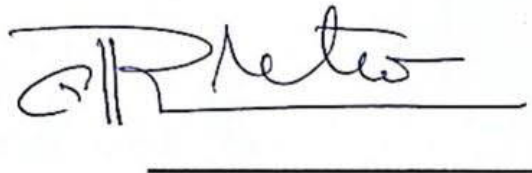
Tim Penguji:

1. IDA KURNIA, S.H., M.H., Dr.
2. R. M. GATOT P. SOEMARTONO, SE.,SH.,MM.,LLM, Dr.
3. YUWONO PRIANTO, S.H., M.H.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

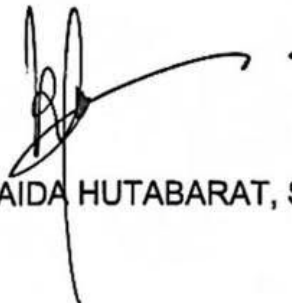
Pembimbing:

R. M. GATOT P. SOEMARTONO,
SE.,SH.,MM.,LLM, Dr.
NIK/NIP: 10289008



Jakarta, 13-Januari-2025

Ketua Program Studi



RUGUN ROMAIDA HUTABARAT, S.H.,M.H.

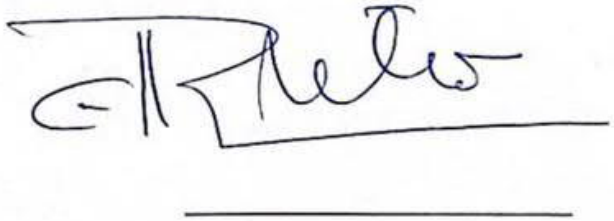
Persetujuan

Nama : GERTRUD FELITA MAHESWARI ANDREAS
NIM : 205210166
Program Studi : HUKUM
Judul : Perlindungan Hukum Konsumen Atas Iklan Hasil Rekayasa Kecerdasan Buatan

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 02-Januari-2025

Pembimbing:
R. M. GATOT P. SOEMARTONO,
SE.,SH.,MM.,LLM, Dr.
NIK/NIP: 10289008



ABSTRAK

Kecerdasan buatan menawarkan berbagai macam manfaat. Namun, penyalahgunaannya oleh pelaku usaha menimbulkan risiko yang signifikan, khususnya dalam menciptakan iklan yang menyesatkan dalam hal menyebarkan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan yang seharusnya. Misalnya, perusahaan dapat memanfaatkan kecerdasan buatan untuk membuat kemiripan dan suara tokoh masyarakat dalam video promosi, sehingga menimbulkan masalah etika dan hukum. Di Indonesia, tidak adanya undang-undang khusus yang mengatur penggunaan kecerdasan buatan secara komersial memungkinkan pelaku usaha untuk menghindari akuntabilitas dan pengawasan regulasi. Kesenjangan dalam kerangka hukum ini mendorong pertanyaan kritis tentang tanggung jawab, di antara tanggung jawab atas penyalahgunaan penggunaan kecerdasan buatan tersebut berada di tangan pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan, atau pada pengembang teknologi kecerdasan buatan itu sendiri. Terdapat kebutuhan mendesak untuk regulasi yang lebih jelas yang menggambarkan tanggung jawab kedua belah pihak dalam kasus penyalahgunaan kecerdasan buatan, yang memastikan perlindungan konsumen dan akuntabilitas dalam praktik periklanan, serta penanggulangannya setelah pelanggaran tersebut telah terjadi.

Kata kunci: Perlindungan Hukum Konsumen, Periklanan, Kecerdasan Buatan

ABSTRACT

Artificial intelligence offers a variety of benefits. However, covering it up by businesses poses significant risks, especially in creating advertisements that roam in terms of spreading information that is not in accordance with the circumstances that should be, for example, companies can use artificial intelligence to create the likeness and voice of public figures in promotional videos, thus raising ethical and legal issues. In Indonesia, the absence of specific laws governing the commercial use of artificial intelligence allows businesses to avoid accountability and regulatory oversight. This gap in the legal framework raises important questions about responsibility, between the responsibility for covering up the use of artificial intelligence lies with the business actor who utilizes artificial intelligence technology, or with the developer of the artificial intelligence technology itself. There is an urgent need for clearer regulations that describe the responsibilities of both parties in cases covering artificial intelligence, which ensure consumer protection and accountability in advertising practices, as well as redress after the violation has occurred.

Keywords: *Consumers Protection, Advertisement, Artificial Intelligence.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan pertolongannya, Penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN ATAS IKLAN HASIL REKAYASA KECERDASAN BUATAN”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan untuk penyempurnaan skripsi ini. Dalam hal tersusunnya skripsi ini, penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta membimbing penulis sejak awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.
2. Ibu Rugun Romaida Hutabarat, S.H., M.H., selaku Kaprodi Strata Satu (S1) Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Lewiandy, S.H., M.A., LL.M, selaku Sekretaris Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Christine S.T. Kansil, S.H., M.H., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Dr. R.M. Gatot P. Soemartono, S.E., S.H., M.M., LL.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Ibu Dr. Wilma Silalahi, S.H., M.H. selaku akademisi hukum yang telah bersedia menjadi narasumber untuk penulisan skripsi, dengan membagi ilmu pengetahuannya untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama proses perkuliahan.
8. Orang tua tercinta, nenek, kedua adik penulis, dan Zero yang tiada henti dalam memberikan dukungan, semangat, dan doa bagi penulis selama perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
9. Teman-teman penulis Gladys Ranadi, Sarnida Sepriani, Nadia Isabel, Grace Adisia, Pitta Zefanya, Adela Priscilla, Achilles Diony, Cherisse Martin, Pranandha Daffa Aditya, Hapsari Nindya Kinasih, Elnino Fahreza, serta teman-teman lainnya yang telah mendukung dan membantu penulis selama perkuliahan hingga proses penulisan skripsi ini selesai.
10. Divisi *Legal Corporate & GCG* PT Sinergi Mitra Lestari Indonesia, yang telah memberikan penulis ilmu melalui diskusi dan kegiatan magang serta bantuannya yang diberikan selama proses penulisan skripsi berjalan.
11. Seluruh pihak yang terlibat yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu. Terima kasih atas segala dukungan, doa, serta semangat yang dicurahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini tepat pada waktunya.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis berharap agar ilmu yang dituangkan pada skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, terutama bagi penulis sendiri, praktisi, penegak, dan akademisi hukum, serta masyarakat.

Jakarta, 3 Januari 2025

Penulis

Gertrud Felita Maheswari Andreas

Pernyataan

Nama : GERTRUD FELITA MAHESWARI ANDREAS
NIM : 205210166
Program Studi : HUKUM
Judul : Perlindungan Hukum Konsumen Atas Iklan Hasil Rekayasa Kecerdasan Buatan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri di bawah bimbingan Tim Pembimbing dan bukan hasil plagiasi dan/atau kegiatan curang lainnya.

Jika saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Tarumanagara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 02-Januari-2025
Yang menyatakan



GERTRUD FELITA MAHESWARI ANDREAS
NIM. 205210166

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pengesahan	ii
Persetujuan	ii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Pernyataan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Singkatan	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Kerangka Konseptual.....	8
E. Metode Penelitian	16
F. Sistematika Penulisan	20
BAB II KERANGKA TEORITIS	22
A. Teori Perlindungan Hukum Konsumen	22

B. Teori Periklanan.....	24
C. Teori Kepastian Hukum.....	28
BAB III DATA HASIL PENELITIAN.....	31
A. Perkembangan Penggunaan <i>Deepfake</i> Sebagai Produk Kecerdasan Buatan di Indonesia.....	31
B. Regulasi di Indonesia Pada Penggunaan Kecerdasan Buatan Untuk Iklan Komersial.....	33
C. Hasil Wawancara.....	37
BAB IV ANALISIS PERMASALAHAN.....	42
A. Pelanggaran dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Iklan Hasil Rekayasa Kecerdasan Buatan.....	42
B. Upaya Konsumen dan Penegak Hukum Untuk Penanganan Pelanggaran Iklan Hasil Rekayasa Kecerdasan Buatan	66
BAB V PENUTUP.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Bagan Kerangka Konseptual	9
----------	-----------------------------------	---

DAFTAR SINGKATAN

AI	: <i>Artifical Intelligence</i>
UU PK	: Undang-Undang Perlindungan Konsumen
UU ITE	: Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik
BPSK	: Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
BPKN	: Badan Perlindungan Konsumen Nasional
Kominfo	: Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Keputusan Dekan Tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Rekap Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Turnitin Skripsi
- Lampiran 5 : Hasil Turnitin Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Turnitin Jurnal
- Lampiran 7 : Hasil Turnitin Jurnal
- Lampiran 8 : *Letter of Acceptance (LoA)* Jurnal
- Lampiran 9 : Bukti Publikasi Jurnal
- Lampiran 10 : Surat Permohonan Wawancara dengan Dr. Wilma Silalahi, S.H.,
M.H.