

PENULISAN SKRIPSI

**ETIKA DAN HUKUM PENGGUNAAN AI UNTUK PEMASARAN
DIGITAL DALAM PRESPEKTIF HUKUM BISNIS DI INDONESIA**



Diajukan Oleh:

Aurelia Elma Adriana Surya Wibawa

NPM : 190513467

**Program Studi : Hukum Program Kekhususan : Hukum
Ekonomi dan Bisnis**

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

PENULISAN SKRIPSI

**ETIKA DAN HUKUM PENGGUNAAN AI UNTUK PEMASARAN
DIGITAL DALAM PRESPEKTIF HUKUM BISNIS DI INDONESIA**



Diajukan Oleh:

Aurelia Elma Adriana Surya Wibawa

NPM : 190513467

**Program Studi : Hukum Program Kekhususan : Hukum
Ekonomi dan Bisnis**

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

**HALAMAN PERSETUJUAN
PENULISAN SKRIPSI**

**ETIKA DAN HUKUM PENGGUNAAN AI UNTUK PEMASARAN
DIGITAL DALAM PRESPEKTIF HUKUM BISNIS DI INDONESIA**



Diajukan Oleh:

Aurelia Elma Adriana Surya Wibawa

NPM : 190513567

Program Studi : Hukum

Program Kekhususan : Hukum Ekonomi dan Bisnis

**Telah disetujui untuk ujian pendadaran pada tanggal 30 September 2024
Dosen Pembimbing**



Dr. Y. Sari M. Widiyastuti, S.H., M.Hum.

HALAMAN PENGESAHAN

**PENULISAN SKRIPSI ETIKA DAN
HUKUM PENGGUNAAN AI UNTUK
PEMASARAN**

DIGITAL DALAM PRESPEKTIF HUKUM BISNIS DI INDONESIA



Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim penguji

Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dalam Sidang Akademik yang diselenggarakan pada :

Hari : Senin Tanggal : 21 Oktober 2024

Tempat : Pendadaran 1 R. Dosen Lt. II

Susunan Tim Penguji:

Ketua : Dr. Y. Sari Murti Widiyastuti, S.H., M.Hum. :

Sekretaris : Puspaningtyas Panglipurjati, S.H., LL.M. Anggota :

Anggota : Dr. E. Imma Indra Dewi W., S.H., M.Hum. :

TTD

Mengesahkan

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Prof. Dr. Terezia Anita Christiani, S.H., M.Hum.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas bimbingan-Nya dalam penyelesaian skripsi berjudul "Etika Dan Hukum Penggunaan AI Untuk Pemasaran Digital Dalam Perspektif Hukum Bisnis Di Indonesia". Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan di Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan kontribusi pada diskusi teknologi dan hukum di era digital.

Penelitian ini berupaya menjembatani kesenjangan antara perkembangan AI dan kerangka hukum yang ada, dengan harapan dapat menjadi referensi dalam menghadapi kompleksitas hukum dan etika di dunia digital.

Perjalanan menyusun skripsi ini tak lepas dari dukungan banyak pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Theresia Anita Christiani, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta beserta seluruh jajaran Wakil Dekan.
2. Dr. Y. Sari M. Widiyastuti, S.H., M.Hum., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. W. Riawan Tjandra, S.H., M.Hum., selaku dosen pembimbing akademik saya yang selalu mendukung saya dalam kegiatan akademik perkuliahan.

4. Kakung Fx. Setyawan, D. Sudarman, S.H., M.Hum., dan Yangti Wiwiek Poerwiyati, yang selalu memberikan kasih sayang, didikan, dan dukungan yang tiada henti selama ini.
5. Adhitya Ranendra Kantra yang selalu memberikan dukungan, waktu, dan tenaga yang diberikan selama ini dalam pengerjaan skripsi.
6. Emanuel Dimas sebagai adik yang selalu mendukung, mengingatkan, dan menyemangati hingga akhirnya penulisan skripsi ini selesai.
7. Arie Surya Wibawa dan M. Yuana Any Setyowati, S.H. selaku orangtua yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan.
8. Seluruh keluarga besar dan orang terdekat yang selalu menyemangati dan selalu ada dalam pengerjaan skripsi.

Layaknya AI yang terus belajar, penulis menyadari skripsi ini masih bisa disempurnakan. Kritik dan saran yang membangun sangat dihargai. Semoga skripsi ini bisa menginspirasi dan menjadi sumber referensi bagi siapapun yang tertarik dengan isu hukum teknologi. Mari bersama-sama membentuk masa depan digital Indonesia yang lebih baik.

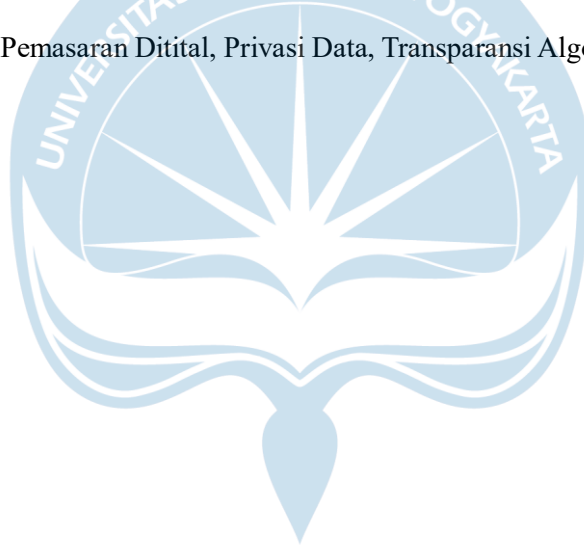
Penulis

Aurelia Elma Adriana Surya Wibawa

ABSTRAK

Penelitian ini membahas etika dan regulasi penggunaan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam pemasaran digital di Indonesia, terutama dari perspektif hukum bisnis. Penerapan AI memberikan keuntungan dalam personalisasi, efisiensi, dan pengambilan keputusan berbasis data. Namun, terdapat tantangan etis terkait privasi data, transparansi algoritma, dan bias dalam sistem AI. Regulasi yang ada belum secara spesifik mengatur penggunaan AI, sehingga menciptakan risiko bagi perusahaan dan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan studi literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa Indonesia masih kekurangan regulasi komprehensif untuk mengatur AI dalam pemasaran digital. Rekomendasi penelitian ini mencakup perlunya regulasi khusus yang lebih jelas mengenai penggunaan AI, baik dalam perlindungan privasi data maupun tanggung jawab hukum. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih baik terkait AI dan mendorong perusahaan untuk menggunakan teknologi ini secara etis dan sesuai hukum.

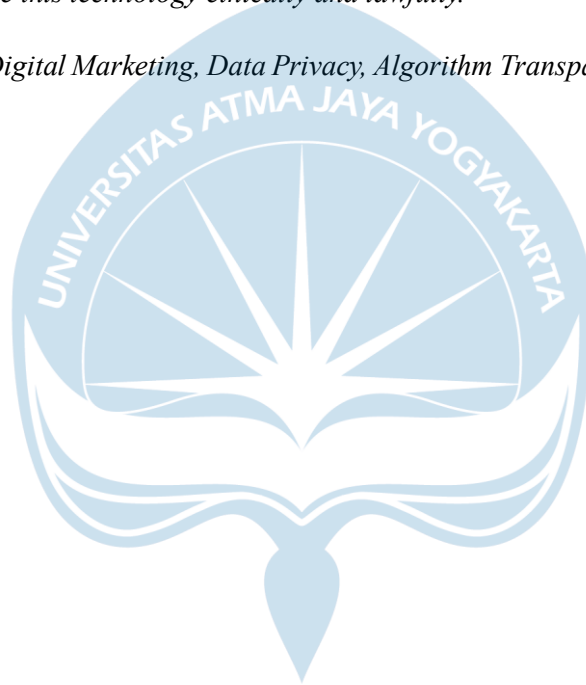
Kata Kunci: AI, Pemasaran Digital, Privasi Data, Transparansi Algoritma, Regulasi Hukum



ABSTRACT

This research discusses the ethics and regulation of the use of artificial intelligence (AI) in digital marketing in Indonesia, particularly from a business law perspective. The application of AI provides advantages in personalization, efficiency, and data-driven decision-making. However, there are ethical challenges related to data privacy, algorithm transparency, and bias in AI systems. Existing regulations have not specifically addressed the use of AI, creating risks for companies and consumers. This research uses a normative legal method with a legislative approach and literature study. The analysis shows that Indonesia still lacks comprehensive regulations to govern AI in digital marketing. The recommendations of this research include the need for clearer specific regulations regarding the use of AI, both in data privacy protection and legal liability. This research is expected to assist the government in formulating better policies related to AI and encourage companies to use this technology ethically and lawfully.

Keywords: AI, Digital Marketing, Data Privacy, Algorithm Transparency, Legal Regulation



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Keaslian Penelitian.....	14
F. Batasan Konsep.....	16
G. Metode Penelitian.....	17
BAB II.....	19
PEMBAHASAN.....	19
A. Tinjauan Umum Tentang <i>Artificial Intelligence</i> (AI).....	19
B. Etika Penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) dalam Pemasaran Digital.....	23
C. Tantangan Etika dalam Penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) untuk Pemasaran Digital.....	28
D. Regulasi Hukum terkait Penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) dalam Pemasaran Digital di Indonesia.....	38
E. Implementasi dan Praktik dalam Penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) untuk Pemasaran Digital.....	53
F. Dampak Hukum dan Reputasi dari Pelanggaran Etika dalam Penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) untuk Pemasaran Digital.....	63

BAB III	79
PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, penulis menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya asli penulis, dan bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain. Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.



Penulis

Aurelia Elma Adriana Surya Wibawa