



**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
PENYALAHGUNAAN TEKNOLOGI DEEPPAKE DALAM
IKLAN: STUDI PERBANDINGAN REGULASI INDONESIA DAN
CHINA**

SKRIPSI

**AMANDA CHERLYTA APRILIANI NASUTION
2210611387**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA
FAKULTAS HUKUM
PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA
2026**

Persetujuan Tugas Akhir



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS HUKUM
PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENYALAHGUNAAN
TEKNOLOGI DEEPPAKE DALAM IKLAN: STUDI PERBANDINGAN
REGULASI INDONESIA DAN CHINA**

**AMANDA CHERLYTA APRILIANI NASUTION
2210611387**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji

Jakarta, 13 Juli 2026

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Hukum Program Sarjana

Dr. Muthia Sakti, S.H., M.H.
NIP. 199412312025212096

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Dr. Andriyanto A.N., S.H., M.H.
NIK. 480011009101

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir dalam bentuk skripsi ini merupakan hasil karya asli saya sebagai penulis utama. Seluruh sumber yang saya kutip dan rujuk telah dicantumkan secara benar sesuai kaidah akademik. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiarisme dalam penyusunan tugas akhir ini, saya bersedia menerima sanksi dan tuntutan sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Nama : Amanda Cherlyta Apriliani Nasution

NIM : 2210611387

Tanggal : 13 Juli 2026

Tanda Tangan :



Amanda Cherlyta A.N.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Amanda Cherlyta Apriliani Nasution
NIM : 2210611387
Fakultas : Hukum
Program Studi : Hukum Program Sarjana
Jenis Karya : Skripsi
Judul : Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan
Teknologi Deepfake Dalam Iklan: Studi Perbandingan
Regulasi Indonesia dan China

1. Untuk kepentingan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan karya ilmiah skripsi dengan judul tersebut diatas kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty Rights*).
2. Menyatakan **SETUJU** untuk melanjutkan pengolahan data skripsi menjadi artikel ilmiah yang dipublikasikan bersama Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Menyatakan **BERSEDIA** mengirimkan (*submit*) naskah artikel yang merupakan bagian dari skripsi untuk dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi/jurnal nasional terakreditasi bersama dengan Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Jakarta, 13 Juli 2026

Yang menyatakan.



Amanda Cherlyta Apriliani Nasution

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR



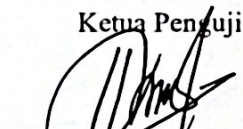
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA FAKULTAS HUKUM

Skripsi Hukum diajukan oleh :

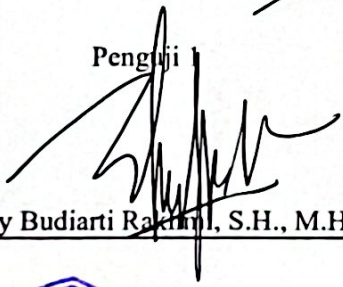
Nama Amanda Cherlyta Apriliani Nasution
NIM 2210611387
Program Studi Hukum
Judul Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Teknologi Deepfake Dalam Iklan: Studi Perbandingan Regulasi Indonesia dan China

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Ketua Penguji


Satno S.Sos., S.H., M.H.

Penguji 1


Wendy Budiarti Rakhm, S.H., M.H.

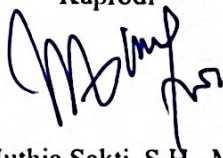
Penguji 2


Dr. Andriyanto A.N, S.H., M.H.



Dr. Dedy Herman, S.H., LL.M.

Kaprodi


Dr. Muthia Sakti, S.H., M.H.

ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 23 Juli 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah mendorong lahirnya teknologi *deepfake* yang mampu memanipulasi wajah, suara, dan video seseorang secara realistis. Teknologi ini tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan kreatif, tetapi juga disalahgunakan dalam kegiatan periklanan dengan menampilkan tokoh publik seolah-olah mendukung suatu produk tanpa persetujuannya. Praktik tersebut berpotensi menyesatkan konsumen karena informasi yang diterima tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya dan dapat memengaruhi keputusan dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaturan perlindungan konsumen terhadap iklan menyesatkan akibat penyalahgunaan teknologi *deepfake* di Indonesia dan China serta upaya hukum yang tersedia bagi konsumen yang dirugikan. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan perbandingan. Bahan hukum primer dan sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia belum memiliki pengaturan khusus mengenai penggunaan *deepfake* dalam periklanan. Perlindungan hukum masih bertumpu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang belum mengatur secara spesifik manipulasi konten berbasis AI. Sebaliknya, China telah memiliki pengaturan yang lebih komprehensif melalui *Advertising Law of the People's Republic of China* dan *Provisions on the Administration of Deep Synthesis Internet Information Services* yang mengatur pelabelan konten sintetis, verifikasi identitas pengguna, tanggung jawab penyedia layanan, serta pengawasan terhadap teknologi *deep synthesis*. Oleh karena itu, Indonesia perlu membentuk regulasi khusus yang mengatur penggunaan *deepfake* dalam periklanan guna menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan yang lebih efektif bagi konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, *Deepfake*, Iklan

ABSTRACT

Advancements in artificial intelligence (AI) technology have led to the emergence of deepfake technology, capable of realistically manipulating a person's face, voice, and video. While utilized for creative purposes, this technology is also misused in advertising by depicting public figures as endorsing products without their consent. Such practices risk misleading consumers, as the information presented does not reflect reality and can influence purchasing decisions. This study aims to analyze consumer protection regulations regarding misleading advertisements resulting from the misuse of deepfake technology in Indonesia and China, as well as the legal remedies available to aggrieved consumers. The research employs a normative legal method utilizing statutory, conceptual, and comparative approaches. Primary and secondary legal materials were gathered through literature review and analyzed using a descriptive-qualitative method. The findings indicate that Indonesia lacks specific regulations governing the use of deepfakes in advertising. Legal protection currently relies on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Law Number 1 of 2024 (the Second Amendment to Law Number 11 of 2008) concerning Electronic Information and Transactions; neither law specifically addresses AI-based content manipulation. In contrast, China has established more comprehensive regulations through the Advertising Law of the People's Republic of China and the Provisions on the Administration of Deep Synthesis Internet Information Services, which mandate the labeling of synthetic content, user identity verification, service provider liability, and oversight of deep synthesis technology. Therefore, Indonesia needs to enact specific regulations governing the use of deepfakes in advertising to ensure legal certainty and provide more effective consumer protection.

Keywords: *Consumer Protection, Deepfake, Advertising*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Teknologi Deepfake Dalam Iklan: Studi Perbandingan Regulasi Indonesia dan China”** Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju kehidupan yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai kebaikan. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam prosesnya, penulis menyadari bahwa banyak kendala serta hambatan yang dihadapi. Namun berkat doa, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam setiap langkah yang penulis tempuh.
2. Bapak Prof. Dr. Anter Venus, M. A., Comm selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Bapak Dr. Suherman, S.H., LL.M., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Ibu Anni Alvionita Simanjuntak, S.Pd., MA. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Bapak Dr. Andriyanto Adhi Nugroho, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah membantu berbagai keperluan administrasi selama penulis menempuh pendidikan.
8. Kedua orang tua tercinta, Aprizal dan Eny Rachmayani, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tidak dapat dibalas dengan apa pun. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa hormat dan terima kasih atas segala yang telah diberikan selama ini.
9. Seluruh keluarga, sahabat, dan teman-teman yang selalu hadir memberikan semangat, dukungan, serta menemani perjalanan penulis selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
10. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bratz Doll yang telah menjadi salah satu teman selama proses pengerjaan skripsi ini. Di tengah berbagai revisi, deadline, dan rasa jenuh yang datang, kehadiran Bratz Doll sebagai hiburan kecil dan sumber inspirasi sering kali menjadi jeda yang membuat penulis dapat kembali bersemangat dan fokus dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam berbagai bentuk selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu hukum maupun bagi pihak-pihak yang memiliki perhatian terhadap perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan teknologi deepfake dalam iklan melalui pendekatan perbandingan regulasi Indonesia dan China.

Jakarta, 13 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN.....	III
BIODATA PENULIS	IV
PERNYATAAN ORISINALITAS	V
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN	VI
DAFTAR ISI.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Ruang Lingkup Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu (<i>Literature Review</i>)	11
B. Tinjauan Teori	20
1. Teori Perlindungan Hukum	20
2. Teori Perlindungan Konsumen.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Cara Pengumpulan Data	33
C. Teknik Analisis Data	34
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Bentuk Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Akibat Penyalahgunaan Teknologi Deepfake Dalam Manipulasi Suara Dan Video Tokoh Publik Di Indonesia Dan China	35
B. Upaya Hukum Yang Dapat Ditempuh Oleh Konsumen Yang Dirugikan Akibat Iklan Menyesatkan Berbasis Teknologi Deepfake Di Indonesia Dan China	54
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68