

ABSTRAK

Kemajuan di bidang teknologi banyak memengaruhi berbagai aspek di kehidupan sehari-hari. Salah satu produk hasil dari perkembangan teknologi ialah terciptanya sebuah sarana kegiatan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk atau jasa yang dihasilkannya dengan lebih efektif dan efisien. *Location Based Advertising* (LBA) merupakan salah satu opsi pengiklanan dalam *mobile advertising* dimana pelaku usaha dapat melakukan promosi sesuai dengan target yang diinginkannya karena dalam penggunaannya LBA membutuhkan lokasi pengguna kartu seluler. Selain mendatangkan berbagai keuntungan dan kemudahan bagi para pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran, namun ternyata LBA juga memiliki dampak negatif seperti penggunaan data pribadi pengguna kartu seluler (konsumen) yang digunakan tanpa persetujuan pemilik data dan pengiriman LBA yang dianggap mengganggu karena pengirimannya yang dilakukan secara tiba-tiba. Studi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan perbandingan (*comparative approach*), yang bersumber dari bahan kepustakaan (*library research*) dan kuesioner melalui *google form* yang disebarakan kepada pengguna kartu seluler (konsumen). Hasil penelitian ini membahas bagaimana perlindungan data pribadi konsumen pengguna kartu seluler dengan adanya sistem *Location Based Advertising* (LBA) dan solusi terkait perlindungan data pribadi konsumen pengguna kartu seluler dengan adanya sistem *Location Based Advertising* (LBA). Serta membandingkan regulasi hukum yang mengatur tentang perlindungan data pribadi di Uni Eropa yaitu General Data Protection Regulation (GDPR) dan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) di Indonesia.

Kata Kunci : *Location Based Advertising*, Perlindungan Hukum, Data Pribadi

ABSTRACT

Advances in technology affect many aspects of everyday life. One of the products resulting from technological developments is the creation of a means of activity for business actors to market their products or services more effectively and efficiently. Location-Based Advertising (LBA) is one of the advertising options in mobile advertising where actors can carry out promotions according to their desired targets because in their use LBA requires the location of the cellular card user. In addition to various advantages and conveniences for business actors in marketing activities, it turns out that LBA also has negative impacts such as the use of personal data of cellular card users (consumers) that are used without the consent of the data owner and the sending of LBA which is considered disturbing because of the sudden delivery. arrive. This study uses a normative legal research method using a statute approach and a comparative approach, which are sourced from library research and questionnaires via google forms which are distributed to cellular card users (consumers). The results of this study discuss how the protection of personal data of cellular card users with the Location Based Advertising (LBA) system and solutions related to the protection of personal data of cellular card users with the Location Based Advertising (LBA) system. As well as comparing the legal regulations governing personal data protection in the European Union, namely the General Data Protection Regulation (GDPR) and the Personal Data Protection Bill (RUU PDP) in Indonesia.

Key Words : *Location Based Advertising, Legal Protection, Personal Data*