

**PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA PRODUK AI-
GENERATED CONTENT DI INDONESIA: ANALISIS
YURIDIS TERHADAP TANGGUNG JAWAB PELAKU
USAHA**

Tasya Alifa Khoirunnisa
Universitas Indonesia
Email: tsyaalifa2@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan mendorong meningkatnya penggunaan AI-generated content dalam kegiatan bisnis dan pemasaran di Indonesia. Konten yang dihasilkan secara otomatis oleh sistem AI tersebut berpotensi menimbulkan risiko hukum bagi konsumen, seperti penyebaran informasi menyesatkan, praktik periklanan palsu, serta pelanggaran data pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan AI-generated content dalam perspektif hukum perlindungan konsumen di Indonesia serta menelaah tanggung jawab hukum pelaku usaha atas kerugian konsumen yang ditimbulkannya. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, doktrin, dan prinsip hukum terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI-generated content dapat dikualifikasi sebagai barang digital tidak berwujud yang tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha tetap bertanggung jawab atas kerugian konsumen dengan penerapan prinsip strict liability, meskipun kerugian tersebut dihasilkan oleh sistem AI. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi khusus mengenai kecerdasan buatan guna menjamin kepastian hukum dan perlindungan konsumen di era digital.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, AI-Generated Content, Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

Abstract

The rapid development of artificial intelligence has led to the widespread use of AI-generated content in business and marketing activities in Indonesia. Content automatically produced by artificial intelligence systems poses potential legal risks for consumers, including misleading information, deceptive advertising practices, and violations of personal data protection. This study aims to analyze the legal status of AI-generated content within the Indonesian consumer protection framework and to examine the liability of business actors for consumer losses caused by such content. This research employs a normative juridical method using statutory, doctrinal, and conceptual legal approaches. The findings indicate that AI-generated content can be classified as intangible digital goods subject to the Indonesian Consumer Protection Law. Business actors remain legally liable for consumer losses under the principle of strict liability, even when the harm results from AI systems. Therefore, comprehensive AI-specific regulations are necessary to enhance legal certainty and strengthen consumer protection in the digital era.

Keywords: Consumer Protection, AI-Generated Content, Business Actor Liability.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi kecerdasan buatan atau Artificial Intelligent (AI) di Indonesia telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, terutama melalui meningkatnya penggunaan produk AI-generated content berupa teks, gambar, dan video yang dihasilkan secara otomatis. Namun demikian, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut "UUPK") belum mengatur secara tegas mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap jenis konten tersebut. Kondisi ini menimbulkan kekosongan hukum yang berpotensi melemahkan posisi konsumen serta meningkatkan risiko terjadinya disinformasi, praktik penipuan, maupun pelanggaran terhadap perlindungan data pribadi.

Perkembangan teknologi AI, khususnya AI-generated content tersebut telah berkembang menjadi komoditas yang secara luas dipasarkan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Pemanfaatan teknologi ini memberikan keunggulan yang signifikan berupa peningkatan efisiensi biaya serta percepatan proses produksi, terutama dalam ekosistem industri digital. Akan tetapi, dibalik efisiensi tersebut, implementasi AI-generated content membawa implikasi yuridis yang substansial bagi konsumen. Karakteristik AI yang bersifat otonom sering kali dianggap sebagai black box yang menimbulkan sejumlah permasalahan, khususnya terkait aspek akurasi, originalitas, dan keamanan produk yang dihasilkan. Dalam praktiknya, konsumen di Indonesia berpotensi menghadapi berbagai risiko, mulai dari penyajian konten yang menyesatkan atau bersifat disinformasi, pelanggaran hak kekayaan intelektual (HKI) milik pihak ketiga, hingga penyalahgunaan data pribadi yang terintegrasi dalam produk berbasis kecerdasan buatan tersebut.

UUPK pada dasarnya hanya mengatur mengenai kewajiban umum pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b yang menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, serta kewajiban ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf f dan g yang menyatakan bahwa pelaku usaha wajib untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, dan memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Namun, pengaturan tersebut belum mampu menjangkau kompleksitas karakteristik teknologi AI, seperti mekanisme pengambilan keputusan secara otomatis maupun pemrosesan big data. Kondisi tersebut semakin diperparah oleh ketidakjelasan penentuan subjek hukum yang bertanggung jawab, apakah pengembang sistem AI, penyedia platform, atau pengguna akhir yang pada praktiknya menyebabkan sekitar 42% pengaduan konsumen di sektor digital mengalami kesulitan untuk diselesaikan secara optimal. Kompleksitas tersebut menimbulkan ketidakjelasan karena banyak pihak yang terlibat, serta prinsip pertanggungjawaban apa yang paling tepat untuk diterapkan kepada subjek hukum yang harus bertanggung jawab.

Berbagai perusahaan besar mulai menggunakan AI-generated sebagai bagian dari strategi utama mereka, sehingga mendorong transformasi pada proses kreatif maupun kegiatan pemasaran. Sebagai contoh, dalam hasil riset Salesforce terhadap 207 eksekutif perusahaan besar di Indonesia menunjukkan bahwa sebanyak 82% responden menempatkan AI-generated sebagai salah satu dari tiga prioritas utama dalam strategi bisnis perusahaan. Selain itu, perusahaan jasa logistik seperti Lion Parcel juga mengintegrasikan AI-generated dalam layanan pelanggan mereka demi pengalaman yang lebih personal. Hal tersebut juga terjadi pada tingkat global, di mana penerapan AI-generated digunakan oleh Amazon sebagai pembuatan citra produk untuk keperluan periklanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan konten yang dihasilkan

oleh AI baik dalam bentuk teks, gambar, maupun audio semakin lazim digunakan sebagai instrumen inovasi dalam kegiatan bisnis dan pemasaran di berbagai sektor industri.

Pemanfaatan AI-generated content membawa berbagai risiko mulai dari penyebaran informasi yang keliru hingga terjadinya pelanggaran hukum, yang pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian tidak hanya bagi konsumen, tetapi juga bagi pelaku usaha serta masyarakat secara luas di Indonesia.

Selain UUPK, dinamika perkembangan regulasi di Indonesia menunjukkan adanya langkah awal negara dalam merespons tantangan yang ditimbulkan oleh teknologi AI seperti Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (yang selanjutnya disebut “UU PDP”) yang telah memberikan kerangka perlindungan terhadap pemanfaatan data pribadi dalam sistem elektronik, termasuk yang melibatkan proses pemrosesan otomatis. Di samping itu, terdapat pula Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang Etika Kecerdasan Artifisial (yang selanjutnya disebut “Surat Edaran Menkominfo No. 9/2023”) yang menegaskan pentingnya penerapan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam pengembangan serta penggunaan teknologi AI. Meskipun demikian, instrumen regulatif dan kebijakan tersebut belum secara khusus mengatur mekanisme perlindungan konsumen maupun penetapan tanggung jawab hukum pelaku usaha atas kerugian yang timbul akibat penggunaan AI-generated content.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perkembangan AI-generated content telah melahirkan tantangan baru dalam rezim hukum perlindungan konsumen di Indonesia, baik terkait dengan penentuan kedudukan hukum produk tersebut maupun pengaturan mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Ketidakjelasan pengaturan hukum tersebut berpotensi menyebabkan konsumen tidak memperoleh perlindungan yang memadai, sekaligus membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan kekosongan hukum guna menghindari pertanggungjawaban atas kerugian yang ditimbulkan. Oleh karena itu, berdasarkan penjabaran yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan produk AI-generated content dalam perspektif hukum perlindungan konsumen di Indonesia?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen yang diakibatkan oleh konten yang dihasilkan oleh AI?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang menempatkan hukum sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dengan mengkaji peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan prinsip hukum yang terkait dengan penelitian. Penelitian ini bersifat yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang untuk mengkaji UUPK, UU PDP, UU ITE, SEMA Menkominfo No. 9/2023, serta regulasi lain yang terkait dengan penelitian ini.

Jenis bahan hukum dan teknik pengumpulan yang akan digunakan yaitu bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder yang mencakup literatur hukum, jurnal, buku, serta artikel ilmiah yang berkaitan dengan penelitian, dan bahan hukum tersier berupa kamus hukum, dan sumber referensi lainnya yang berfungsi untuk memberikan penjelasan tambahan terhadap istilah, konsep, dan pengertian yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengkaji dan menganalisis bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang relevan dengan permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kedudukan Produk AI-Generated Content dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

AI-generated content dihasilkan melalui model Generative AI yang merujuk pada segala bentuk konten digital dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video yang dibuat oleh AI. Dengan demikian, proses pembuatan konten tersebut sepenuhnya dikerjakan oleh algoritma deep learning atau jaringan saraf tiruan seperti GPT untuk teks, GAN atau Stable Diffusion untuk gambar, yang bekerja berdasarkan pemrosesan terhadap kumpulan data berskala besar yang telah dipelajari oleh model. Adapun bentuk-bentuk umum konten yang dihasilkan oleh AI mencakup teks (seperti artikel, esai, dan berita), gambar atau ilustrasi digital, audio (seperti narasi suara dan music), serta video, termasuk animasi maupun konten berbasis deepfake.

Secara hukum, Indonesia belum memiliki definisi khusus mengenai apa yang dimaksud AI-generated content atau konten yang dihasilkan oleh AI. Peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti UU ITE, UU PDP, maupun UUPK, belum memuat ketentuan khusus yang secara eksplisit mengatur tentang AI-generated content. Oleh karena itu, pengaturan mengenai penyediaan atau pemanfaatan konten tersebut masih ditempatkan dalam kerangka hukum umum terkait konten digital. Dalam konteks ini, UU ITE mengatur mengenai sistem elektronik yang merupakan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik yang diatur dalam Pasal 1 angka 5, serta agen elektronik yang merupakan perangkat dari suatu sistem elektronik yang dibuat untuk melakukan suatu tindakan terhadap suatu informasi elektronik tertentu secara otomatis yang diselenggarakan oleh orang yang diatur dalam Pasal 1 angka 8. Hal tersebut secara konseptual dapat mencakup teknologi AI sebagai bagian dari kategori tersebut. Dengan kata lain, model AI dianggap sebagai sistem atau agen elektronik yang bekerja otomatis atas instruksi manusia.

Produk AI-generated content termasuk ke dalam kategori barang tidak berwujud sesuai dengan definisi barang dalam Pasal 1 angka 4 UUPK yang menyatakan bahwa barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Oleh karena itu, penyediaan konten AI oleh pelaku usaha tunduk pada hak dan kewajiban yang diatur dalam undang-undang tersebut. Selain itu, Pasal 7 UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan. Dalam konteks AI, hal ini berarti membuat atau penyedia konten harus transparan terhadap sifat otomatis dan cara kerja AI, serta menjelaskan potensi risiko atau keterbatasan algoritma yang digunakan.

UUPK juga mengatur mengenai larangan atas iklan dan promosi yang menyesatkan. Hal tersebut diatur dalam Pasal 9 dan 10 UUPK yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar atau menyesatkan. Oleh karena itu, penggunaan teknologi AI untuk membuat iklan palsu (misleading advertising) atau konten yang tampak asli tetapi keliru seperti video deepfake yang menampilkan tokoh publik seolah-olah menawarkan suatu produk, telah bertentangan dengan ketentuan undang-undang yang berlaku. Berdasarkan Pasal 19 UUPK, pelaku usaha dibebani kewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau konsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi maupun diperdagangkan. Dengan demikian, apabila terdapat konten yang dihasilkan oleh AI terbukti memberikan informasi keliru yang merugikan konsumen, penyedia konten wajib mengganti kerugian konsumen sesuai mekanisme hukum yang

berlaku.

Surat Edaran Menkominfo No. 9/2023 memuat panduan mengenai etika penggunaan AI bagi pelaku usaha platform digital di mana isi edaran tersebut menjelaskan bahwa pemanfaatan atau penyelenggaraan teknologi AI harus memperhatikan hal-hal berikut:

1) Inklusivitas

Penyelenggaraan AI harus menjunjung prinsip kesetaraan, keadilan, dan perdamaian dalam menghasilkan informasi serta inovasi demi kepentingan bersama.

2) Kemanusiaan

Penyelenggaraan AI wajib menghormati nilai kemanusiaan, hak asasi manusia (HAM), hubungan sosial, keyakinan, serta kebebasan berpendapat setiap individu.

3) Keamanan

Penyelenggaraan AI harus menjamin keamanan penggunaan dan data, melindungi privasi serta data pribadi, dan mencegah timbulnya kerugian bagi pihak mana pun.

4) Aksesibilitas

Teknologi AI harus bersifat inklusif dan non-diskriminatif, dengan memberikan kesempatan yang setara bagi setiap pengguna untuk mengaksesnya.

5) Transparansi

Pengembangan dan pemanfaatan AI harus dilakukan secara terbuka, khususnya terkait penggunaan data, guna mencegah penyalahgunaan serta memungkinkan pengguna yang berhal memperoleh informasi yang relevan.

6) Kredibilitas dan Akuntabilitas

Informasi atau inovasi yang dihasilkan oleh AI harus dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik.

7) Perlindungan Data Pribadi

Penyelenggaraan AI wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan data pribadi.

8) Keberlanjutan Pembangunan dan Lingkungan

Pemanfaatan AI perlu mempertimbangkan dampaknya terhadap manusia, lingkungan, dan makhluk hidup lainnya demi tercapainya keberlanjutan dan kesejahteraan sosial.

9) Kekayaan Intelektual

Penyelenggaraan AI harus menghormati dan melindungi HKI sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Secara khusus, Surat Edaran Menkominfo No. 9/2023 menggarisbawahi pentingnya transparansi dalam penggunaan data oleh AI dan perlindungan data pribadi. Keputusan tersebut menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi AI harus didasarkan pada prinsip transparansi dalam penggunaan data serta menjamin perlindungan hak-hak individu. Penekanan pada “transparansi data yang digunakan untuk menghindari penyalahgunaan” dan kewajiban untuk “perlindungan data pribadi sesuai ketentuan peraturan-perundang-undangan” dalam Surat Edaran tersebut mengandung implikasi normatif bahwa produk AI-generated content harus dirancang dan dioperasikan secara bertanggung jawab, tanpa mengeksplorasi data konsumen secara tersembunyi maupun menyamarkan proses pembuatannya. Meskipun demikian, Surat Edaran tersebut hanya bersifat sebagai pedoman (soft law).

Dari perspektif pengaturan data, UU PDP telah mewajibkan setiap pemanfaatan data pribadi dilakukan atas dasar persetujuan subjek data. Apabila teknologi AI menggunakan data pribadi dalam proses pelayahan model atau produksi konten seperti pemrosesan data wajah untuk pembuatan deepfake, maka pelaku usaha wajib untuk memastikan adanya persetujuan yang sah dari pemilik data. Lebih lanjut, Pasal 65 UU PDP secara tegas melarang setiap orang untuk memperoleh, mengumpulkan, menggunakan, atau

mengungkapkan data pribadi milik pihak lain secara melawan hukum. Oleh karena itu, pembuatan AI-generated content yang memanfaatkan data pribadi konsumen tanpa persetujuan yang sah berpotensi untuk dikenai sanksi pidana sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Secara keseluruhan, kedudukan AI-generated content dalam sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia dapat dipahami sebagai barang digital yang diperdagangkan, sehingga tunduk pada kewajiban pemenuhan standar mutu serta prinsip kejujuran informasi sebagaimana diatur dalam UUPK. Setiap pelanggaran terhadap ketentuan tersebut seperti penyebaran konten palsu atau menyesatkan, dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan yang dilarang dan membuka ruang bagi pengajuan tuntutan oleh konsumen.

Dalam praktiknya, contoh pelanggaran yang relevan antara lain penggunaan teknologi AI untuk memproduksi video atau iklan palsu yang menipu konsumen. Apabila pelaku usaha penyedia konten AI menghasilkan iklan berbasis deepfake yang menjanjikan kualitas atau manfaat produk tertentu namun tidak sesuai dengan kenyataan, maka praktik tersebut bertentangan dengan Pasal 9 UUPK yang melarang penyampaian informasi atau iklan yang tidak benar. Selain itu, penggunaan AI untuk memanipulasi informasi dan transaksi elektronik hingga menimbulkan kerugian bagi konsumen juga dapat dikenai pertanggungjawaban pidana berdasarkan Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang mengatur larangan penyebaran berita bohong dan menyesatkan.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian Konsumen yang Diakibatkan oleh Konten yang Dihadasilkan AI

Pelaku usaha pada dasarnya memiliki tanggung jawab mengganti kerugian apabila konsumen dirugikan akibat barang dan/atau jasa yang mereka hasilkan atau yang diperdagangkan sesuai dengan ketentuan Pasal 19 UUPK. Dalam konteks AI-generated content, apabila konten tersebut menyesatkan dan menyebabkan kerugian, pelaku usaha penyedia konten AI tetap harus bertanggung jawab secara hukum dan tidak dapat mengalihkan kesalahan dengan alasan bahwa kerugian tersebut semata-mata disebabkan oleh sistem AI. Ganti rugi dalam pasal tersebut dapat diartikan secara luas baik kerugian materiil atau imaterial. Selain itu, menurut Pasal 7 huruf b, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur. Apabila pelaku usaha menggunakan AI untuk membuat deskripsi produk atau iklan tanpa melakukan verifikasi, maka mereka dianggap telah melanggar kewajiban tersebut apabila konten yang dihasilkan ternyata palsu atau menipu. Dalam Pasal 7 huruf d UUPK, pelaku usaha juga diwajibkan untuk menjamin mutu produk sesuai dengan standar, sehingga apabila algoritma AI menghasilkan output yang diskriminatif atau berbahaya dapat dikategorikan sebagai cacat produk (product defect).

Mengingat AI-generated content didistribusikan secara digital, maka UU ITE juga menjadi relevan untuk digunakan. Pasal 28 ayat (1) UU ITE melarang setiap orang (termasuk pelaku usaha) menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik. Apabila konten AI yang digunakan terbukti menyesatkan, pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana maupun perdata. Pelaku usaha sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) juga bertanggung jawab untuk menjamin keandalan dan keamanan sistem yang mereka kelola. Apabila pemanfaatan AI tersebut menimbulkan kebocoran data atau kerugian finansial akibat kelemahan sistem yang tidak andal atau tidak aman, maka PSE tersebut tetap memikul tanggung jawab hukum atas kerugian yang ditimbulkan.

Pada dasarnya, hingga saat ini belum terdapat ketentuan hukum yang secara khusus mengatur mengenai AI, termasuk mengenai kedudukannya sebagai subjek hukum. oleh karena itu, kerugian yang ditimbulkan oleh pengguna AI pada umumnya hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban secara perdata kepada pemilik atau penguasanya apabila

melihat pada ketentuan Pasal 1367 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yang mengatur tanggung jawab atas perbuatan pihak atau alat yang berada di bawah pengawasannya. Akan tetapi, dalam UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian konsumen akibat AI-generated content dan ketentuan perdata, dengan penerapan asas strict liability tanpa perlu melakukan pembuktian adanya kesalahan. Dalam konteks AI-generated content, pelak usaha mencakup pemilik, pengembang, atau operator AI sebagai pengawas barang di bawah Pasal 1367 KUHPerdata, di mana kerugian dari disinformasi atau deepfake menjadi beban mereka.

Oleh karena itu, apabila konsumen dirugikan oleh konten yang dihasilkan oleh AI, beban pembuktian beralih kepada penyedia konten untuk menunjukkan bahwa kerusakan bukan karena kesalahannya. Selain itu, Pasal 20 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Dalam konteks AI-generated content, pihak yang mengiklankan barang dan/atau jasa menggunakan media AI bertanggung jawab penuh atas akibat dari iklan yang diproduksi tersebut. Apabila iklan tersebut ternyata menyesatkan, maka penerbit iklan harus menanggung ganti rugi konsumen yang menjadi korban.

Kriteria pembuktian kerugian konsumen akibat konten AI tersebut mengikuti prinsip perbuatan melawan hukum (PMH) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdata dan Pasal 19 UUPK. Unsur-unsur PMH tersebut meliputi:

- a. Adanya perbuatan melawan hukum (disinformasi atau deepfake);
- b. Adanya kesalahan;
- c. Adanya kerugian;
- d. Adanya hubungan kausalitas antara perbuatan dan kerugian.

Unsur perbuatan melawan hukum dan kesalahan dalam konteks AI-generated content, konsumen harus membuktikan bahwa konten AI disebabkan oleh pelaku usaha. Kesalahan dibuktikan melalui kelalaian pengawasan seperti yang dijelaskan dalam Pasal 1367 KUHPerdata, di mana pemilik atau platform AI dianggap bertanggung jawab atas “black box” tanpa transparansi. Sedangkan untuk unsur kerugian dan kausalitas, kerugian materil dapat dibuktikan dengan bukti transaksi, laporan polisi, atau kuitansi, dan kerugian imaterial dapat berupa saksi psikolog atau dampak dari sosial media.

Dalam hal penjualan melalui rantai distribusi, ketentuan dalam Pasal 24 sampai 26 UUPK juga memiliki relevansi dengan AI-generated content. Sebagai contoh, apabila pelaku usaha pada tingkat grosir maupun pengecer yang hanya melakukan penjualan ulang konten berbasis AI tanpa melakukan perubahan tetap dapat dimintai pertanggungjawaban oleh konsumen apabila produk tersebut mengandung cacat atau menimbulkan kerugian. Di sisi lain, penyedia jasa berbasis langganan atau purna jual sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 berkewajiban untuk memenuhi jaminan atau garansi yang telah dijanjikan kepada konsumen. Apabila pelaku usaha memberikan jaminan tertentu, seperti terkait kualitas data, keandalan sistem, atau perbaikan kesalahan (bug) algoritma, maka kewajiban tersebut harus dipenuhi. Kegagalan dalam melaksanakan jaminan atau layanan purna jual tersebut menimbulkan tanggung jawab hukum berupa kewajiban pemberian ganti rugi kepada konsumen. Meskipun UUPK pada awalnya lebih berorientasi pada barang berwujud, ketentuan tersebut tetap dapat diterapkan secara analogis terhadap produk digital, dengan menitikberatkan pada fungsi, manfaat, serta jaminan yang diperjanjikan kepada konsumen.

Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha yang menolak atau tidak memenuhi kewajiban untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dapat dikenai gugatan oleh konsumen melalui mekanisme penyelesaian sengketa di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau langsung ke pengadilan, sebagaimana diatur dalam Pasal 23 UUPK. Konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh informasi yang memadai sebelum melakukan transaksi. Oleh karena itu, kelalaian pelaku usaha dalam

memberikan informasi yang cukup, atau pelanggaran terhadap standar keamanan produk digital (termasuk AI-generated content), dapat memperbesar potensi tanggung jawab hukum. sebagai contoh, jika sistem AI terbukti menyebarkan informasi yang dimanipulasi dan merugikan konsumen akibat kurangnya pengawasan, filter, atau kontrol dari pihak pelaku usaha, maka perusahaan tersebut tetap berkewajiban untuk bertanggung jawab. Selain itu, Surat Edaran Menkominfo No. 9/2023 juga mempertegas bahwa pelaku usaha yang menggunakan teknologi berbasis AI wajib menyediakan informasi yang transparan terkait pengembangan dan penggunaan teknologi tersebut, sebagai upaya untuk mencegah dampak negatif dan kerugian bagi masyarakat. Ketidakpatuhan terhadap pedoman etika ini dapat menjadi dasar tambahan untuk menilai bahwa oelaku usaha bertindak tidak etis dan lalai dalam memenuhi standar perlindungan public yang layak.

Secara garis besar, tanggung jawab hukum pelaku usaha atas kerugian konsumen yang timbul akibat pemanfaatan AI-generated program di Indonesia bersifat luas. UUPK secara tegas mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi apabila konsumen mengalami kerugian. Kewajiban tersebut tidak terbatas pada penggantian kerugian yang bersifat materiil, tetapi juga mencakup penyediaan mekanisme pengaduan serta penyelesaian klaim dalam jangka waktu paling lama 7 (tujuh) hari sejak tuntutan diajukan oleh konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (3) UUPK.

Disisi lain, ketentuan dalam UU ITE dan UU PDP berfungsi sebagai instrumen pelengkap yang mencegah dan menindak praktik-praktik konten digital yang merugikan, seperti penyebaran informasi palsu (hoax) atau pelanggaran privasi. Demikian pula, apabila sistem rekomendasi berbasis AI secara keliru menyarankan produk yang berbahaya dan menimbulkan kerugian bagi konsumen, pihak pengembang atau pelaku usaha yang mengoperasikan sistem tersebut tetap dapat dimintai pertanggungjawaban hukum. kerangka kewajiban hukum yang relatif tegas ini diharapkan mendorong pelaku usaha untuk menerapkan standar kehati-hatian yang lebih tinggi, termasuk melalui mekanisme pengujian sistem, transparansi, klarifikasi informasi, serta penerapan etika kecerdasan buatan secara konsisten, guna menjamin perlindungan konsumen di era digital.

KESIMPULAN

AI-generated content dalam hukum Indonesia dapat dikualifikasikan sebagai barang digital tidak berwujud yang tunduk pada ketentuan UUPK, meskipun belum terdapat pengaturan khusus mengenai AI. Konten yang dihasilkan oleh AI dipandang sebagai hasil kerja sistem elektronik yang berada di bawah penguasaan pelaku usaha, sehingga tidak terlepas dari tanggung jawab hukum manusia sebagai pengendali dan penyelenggara sistem tersebut. Oleh karena itu, penyebaran AI-generated content yang menyesatkan, palsu, atau merugikan konsumen dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip kejujuran informasi dan larangan iklan menyesatkan sebagaimana diatur dalam UUPK. Selanjutnya, tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat AI-generated content pada prinsipnya bersifat strict liability, sehingga pelaku usaha tetap wajib memberikan ganti rugi tanpa harus dibuktikan adanya kesalahan. Ketentuan dalam UUPK, KUHPerdata, UU ITE, dan UU PDP membentuk kerangka hukum yang memungkinkan pertanggungjawaban perdata maupun pidana atas kerugian yang ditimbulkan, sekaligus menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk menjamin keamanan, keandalan, dan transparansi penggunaan teknologi AI.

Saran

Pemerintah dan pembentuk undang-undang perlu menyusun regulasi khusus mengenai AI untuk memberikan kepastian hukum dan memperkuat perlindungan konsumen. Pelaku usaha disarankan menerapkan prinsip kehati-hatian melalui verifikasi output AI, transparansi informasi, serta mekanisme pengaduan dan ganti rugi yang efektif. Selain itu,

peningkatan literasi digital konsumen dan penelitian lanjutan terkait pengaturan AI secara komprehensif juga diperlukan guna menghadapi perkembangan teknologi AI di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Soemitro, R. H. (1998). Metode penelitian hukum. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Jurnal

- Hartono, B., & Lestari, M. (2024). Analisis kekosongan hukum dalam perlindungan konsumen digital di Indonesia. *Jurnal Hukum Teknologi dan Masyarakat*, 15(2), 135–150
- Laksana, N. C. (2025). Perlindungan konsumen atas produk berbasis AI: Tantangan hukum di era digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 87–101.
- Nugraha, M., Siregar, P. D., & Rahman, A. (2025). Analisis unsur perbuatan melanggar hukum atas penggunaan artificial intelligence dalam kasus konten deepfake. *Legal System Journal*, 2(1), 45–60.
- Putri, K. A. R., Saputro, H. D., & Amanita, A. (2025). Pertanggungjawaban hukum atas penggunaan artificial intelligence untuk deepfake menurut UU Perlindungan Data Pribadi. *Rechtswetenschap: Jurnal Mahasiswa Hukum*, 2(2), 112–128.

Peraturan Perundang-undangan

- Indonesia. (1847). Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek). Staatsblad 1847 Nomor 23.
- Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
- Indonesia. (2024). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905).
- Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang Etika Kecerdasan Artifisial.

Internet

- Analisdaily. (2023, October 29). Amazon adopsi AI, promosi cepat tapi rugikan perusahaan periklanan. Analisdaily. Diakses 28 November 2025, dari <https://analisdaily.com/berita/baca/2023/10/29/1047093/amazon-adopsi-ai-promosi-cepat-tapi-rugikan-perusahaan-periklanan/>.
- Burhanudin, T. (2024, July). Ini manfaat yang didapat Lion Parcel dari adopsi AI generatif. Marketing.co.id. Diakses 28 November 2025, dari <https://marketing.co.id/ini-manfat-yang-didapat-lion-parcel-dari-adopsi-ai-generatif/>.
- IBM. (2025). What is AI-generated content? IBM. Diakses 29 November 2025, dari <https://www.ibm.com/think/insights/ai-generated-content>
- Laksana, N. C. (2024, October 16). Ternyata perusahaan besar di Indonesia ingin secepatnya adopsi AI generative. Tek.id. Diakses 28 November 2025, dari <https://www.tek.id/tek/perusahaan-indonesia-ingin-secepatnya-adopsi-ai-generatif-b2kFW9sNr>.
- Siregar, P. D. (2024, September 2). Problem payung hukum dalam penggunaan artificial intelligence. Hukumonline. Diakses 2 Desember 2025, dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/problem-payung-hukum-dalam-penggunaan-artificial-intelligence-lt66d4b01adeaf2/>.