

**Perlindungan Data Pribadi dalam Algoritma TikTok: Implikasi Penerapan
Artificial Intelligence dalam Sistem Personalisasi Sosial Media**

**Rena Elvareta Suryatantra, Olivia Amabel H. Lumban Tobing, Laksmi Dewi
Fortuna**

r.suryatantra@gmail.com, amabeltobing@gmail.com, laksmidewif@gmail.com

Abstrak

Perkembangan sosial media di era digitalisasi telah membentuk pola interaksi baru yang semakin kompleks melalui algoritma rekomendasi berbasis *Artificial Intelligence (AI)*. TikTok menjadi contoh nyata, di mana personalisasi konten memanfaatkan *big data* perilaku pengguna hingga tingkat mikro. Praktik ini meningkatkan personalisasi konten sesuai preferensi pengguna, namun sekaligus menimbulkan risiko serius terhadap privasi akibat kurangnya transparansi serta perlindungan dalam proses pengumpulan dan pemrosesan data pribadi. Di Indonesia, Perlindungan Data Pribadi diatur melalui Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016. Namun, efektivitas pengawasannya terhadap platform global masih dipertanyakan, mengingat lemahnya penegakan serta sifat kontrak baku *Terms of Service (ToS)* yang cenderung merugikan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan analisis komparatif terhadap *General Data Protection Regulation (GDPR)* Uni Eropa, diperkuat temuan regulator terkait isu *consent* dan praktik *data mining*. Hasil menunjukkan bahwa kebijakan privasi yang kompleks menghambat keterinformasian pengguna, sementara persetujuan gabungan tanpa opsi granular berisiko tidak memenuhi standar consent yang sah. Selain itu, profilisasi dan rekomendasi konten berbasis AI/ML tergolong pemrosesan berisiko tinggi yang mewajibkan pelaksanaan *Data Protection Impact Assessment (DPIA)*. Kajian ini menawarkan perbaikan berupa desain persetujuan granular, pemberitahuan berlapis, serta publikasi ringkasan DPIA untuk menegaskan transparansi dan akuntabilitas.

Kata kunci: *Perlindungan Data Pribadi, Algoritma Personalisasi, General Data Protection Regulation, Transparansi*

Abstract

The rapid growth of social media has fostered complex interaction patterns shaped by AI-driven recommendation algorithms. TikTok illustrates this trend, relying on behavioral big data for personalized content at the micro level. While enhancing engagement, such practices raise privacy concerns due to large-scale data collection and processing conducted with limited transparency. In Indonesia, data protection is regulated under Law No. 27 of 2022 on Personal Data Protection and Ministerial Regulation No. 20 of 2016 on the Protection of Personal Data in Electronic Systems. However, enforcement challenges and the standardized nature of Terms of Service (ToS) often disadvantage users and weaken regulatory impact on global platforms. This study adopts a normative juridical method and compares Indonesia's framework with the European Union's General Data Protection Regulation (GDPR). Findings highlight three core issues: limited accessibility of privacy policies, bundled consent that lacks specificity, and high-risk profiling through AI/ML requiring Data Protection Impact Assessment (DPIA). To address these gaps, the study recommends implementing granular consent mechanisms, layered and comprehensible disclosures, and publishing DPIA summaries to strengthen transparency, accountability, and user trust in AI-driven platforms.

Keywords: Personal Data Protection, Personalization Algorithm, General Data Protection Regulation, Transparency

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, dapat dikatakan tidak mungkin seseorang tidak memiliki sosial media. Pengguna sosial media saat ini cukup beragam, berkisar dari anak sekolah dasar hingga orang dewasa berusia 80 tahun, menjadikan sosial media memiliki dampak yang sangat signifikan dalam setiap aspek kehidupan. Jika menilik dari perkembangan setiap tahun, sosial media telah menjadi salah satu sumber utama bagi seseorang untuk mengikuti perkembangan dunia sekaligus mencari informasi baru. Secara statistik, pada 2025 terdapat 5,24 miliar pengguna aktif sosial media, setara dengan hampir 64% populasi global.¹ Di Indonesia, jumlah pengguna aktif mencapai sekitar 167 juta orang atau 60,4% dari total populasi dengan pertumbuhan tahunan sekitar 4% dan dominasi segmen usia muda serta produktif.² Bahkan rata-rata pengguna internet dunia juga aktif di 6–7 platform sosial media berbeda setiap bulannya, memperlihatkan perilaku lintas aplikasi yang semakin kompleks dan dinamis.

Tingginya popularitas sosial media tidak lepas dari penerapan algoritma rekomendasi canggih yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan (*engagement*) pengguna. TikTok, Instagram, dan YouTube secara aktif menggunakan sistem *machine learning* untuk menyesuaikan konten, misalnya melalui fitur *For You Page* di TikTok atau *Explore* di Instagram. Algoritma ini menghitung peluang interaksi setiap akun dengan konten tertentu berdasarkan pola perilaku, jaringan pertemanan, serta data demografis. Akibatnya, pengguna terus-menerus terpapar konten relevan dan sulit lepas dari platform. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa algoritma personalisasi tidak hanya meningkatkan popularitas platform, tetapi juga memodifikasi pola konsumsi, perilaku, serta opini pengguna. Hal ini dimungkinkan karena pemanfaatan *big data* perilaku seperti mengklik suatu konten, waktu tonton, *shares*, dan *likes* untuk menyusun umpan konten

¹Simon Kemp, *Digital 2025: The State of Social Media in 2025*, DataReportal (Kepios), February 5, 2025, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social> (diakses September 2, 2025).

²Antonius Mbukut, "Media Sosial dan Orientasi Diri Generasi Muda Indonesia Ditinjau dari Pemikiran Yuval Noah Harari," *Jurnal Filsafat Indonesia* 7, no.1 (2024): 2-9.

dengan probabilitas keterlibatan yang maksimal.³ Oleh karena itu, tercipta efek amplifikasi *social influence* yang memperkuat ketergantungan digital.

TikTok menjadi bukti nyata dari pertumbuhan eksponensial sosial media. Secara global, jumlah pengguna aktif TikTok mencapai 1,9 miliar pada 2025 dengan kontribusi pengguna di Indonesia yang mencapai 125 juta pada 2024.⁴ Kekuatan utama TikTok terletak pada personalisasi berbasis AI; algoritmanya mampu “membaca” perilaku mikro seperti durasi menonton, pengulangan (*replay*), dan berhenti menggulir (*scroll stop*) sehingga konten yang ditampilkan sangat presisi sesuai preferensi pengguna. Hal ini menjadikan TikTok bukan sekadar platform hiburan, melainkan juga sarana edukasi, promosi bisnis, dan transaksi digital, sehingga menjadi “favorit” lintas generasi di Indonesia maupun global.⁵ Namun, penggunaan algoritma personalisasi dalam skala besar memunculkan kekhawatiran serius terkait privasi terhadap penggunaan Data Pribadi. Laporan *European Parliamentary Research Services (EPRS)* dan jurnal Columbia University menyoroti bahwa algoritma rekomendasi serta ToS platform besar sering kali tidak transparan dalam menjelaskan jenis data yang dikumpulkan, tujuan pemrosesan, serta akses pihak ketiga.⁶ Kondisi ini membuka potensi pelanggaran hak privasi, terutama karena data sensitif seperti biodata, lokasi, perilaku, hingga biometrik sering diekstraksi tanpa perlindungan memadai.⁷ Lebih lanjut, persetujuan pengguna biasanya diberikan secara “terpaksa” melalui kontrak baku ToS yang berat sebelah.

Di Indonesia, perlindungan hukum terhadap privasi diatur dalam UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (**UU PDP**) dan peraturan turunannya, seperti Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik (**Permenkominfo No. 20 Tahun 2016**). Regulasi

³Hannah Metzler dan David Garcia, “Social Drivers and Algorithmic Mechanisms on Digital Media,” *Perspectives on Psychological Science* 19 (2023): 735–748, <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>.

⁴Backlinko, *Social Network Usage & Growth Statistics* (2025), Backlinko, terakhir diperbarui Februari 10, 2025, <https://backlinko.com/social-media-users> (diakses September 1, 2025).

⁵Kelsey Bishqemi dan Michael Crowley, “TikTok Vs. Instagram: Algorithm Comparison,” *Journal of Student Research* (High School Edition) 11, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i1.2428> (diakses September 5, 2025).

⁶*TikTok and EU Regulation: Legal Challenges and Cross-Jurisdictional Insights*, briefing, European Parliamentary Research Service, European Parliament, June 26, 2025, diakses pada September 5, 2025, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2025/775837/EPRI\(B2025\)775837_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2025/775837/EPRI(B2025)775837_EN.pdf)

⁷Arvind Narayanan, *Optimizing for What? Algorithmic Amplification and Society: Understanding Social Media Algorithms*, (New York: Knight First Amendment Institute at Columbia University, 2023), <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/1h2v-pn50/download>

tersebut mewajibkan penyelenggara sistem elektronik, termasuk platform media sosial, untuk menjaga keamanan, kerahasiaan, dan integritas Data Pribadi pengguna, sebagaimana ditegaskan dalam Permenkominfo No. 20 Tahun 2016 Pasal 28.⁸ Namun, dalam praktiknya di secara nyata masih jauh dari ideal sebagaimana tertulis dalam regulasi. Urgensi penguatan Perlindungan Data Pribadi semakin tinggi seiring berkembangnya personalisasi berbasis AI yang sangat invasif. Personalisasi ekstrem di TikTok dan sosial media lain memungkinkan terbentuknya profil perilaku individu dengan sangat rinci yang dapat “dijual” ke berbagai pihak untuk kepentingan bisnis, iklan, bahkan politik. UU PDP di Indonesia maupun GDPR di Uni Eropa menjadi instrumen fundamental untuk mengontrol dan menyeimbangkan kemajuan teknologi dengan perlindungan hak subjek data. Akan tetapi, belum adanya standar etik global serta lemahnya pengawasan implementasi terutama ketika platform berbasis di luar yurisdiksi Indonesia atau Uni Eropa menunjukkan perlunya advokasi yang lebih kuat. Hal ini mencakup aspek legislasi, penegakan hukum, hingga edukasi publik, agar Perlindungan Data Pribadi tidak hanya berhenti pada tataran normatif melainkan benar-benar terimplementasi secara efektif.

2. Rumusan Masalah

- 2.1 Bagaimana praktik dalam implementasi penggunaan data pribadi oleh algoritma personalisasi TikTok sehingga berpotensi menimbulkan risiko pelanggaran privasi pengguna?
- 2.2 Bagaimana perbandingan efektivitas regulasi Perlindungan Data Pribadi di Indonesia dengan GDPR Uni Eropa dalam menghadapi tantangan personalisasi berbasis AI di platform sosial media?

B. Konsep Dasar

1. Konsep Perlindungan Data Pribadi

a. Definisi Perlindungan Data Pribadi

Pada dasarnya, Data Pribadi merujuk pada informasi atau rangkaian kaitan informasi yang dapat mengidentifikasi serta mengaitkan individu sebagai suatu subjek hukum. Data Pribadi ini dapat diperoleh dari mana saja selama berkaitan dengan suatu informasi yang secara spesifik dapat menggambarkan individu tersebut. Identifikasi individu dari berbagai jenis informasi inilah yang menjadikan Perlindungan Data Pribadi

⁸*Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik, Pasal 28.*

sangatlah penting. Perlindungan Data Pribadi berkaitan erat dengan gagasan perlindungan privasi, sebagaimana selayaknya privasi tersebut dijaga dan hanya pihak tertentu yang berhak untuk menyimpan informasi maupun menggunakan setiap data terkait individu tersebut.⁹ Pelanggaran Data Pribadi dapat ditemui dalam pesan singkat berisikan modus penipuan yang berdatangan pada gawai masyarakat, penawaran berupa kartu kredit, hingga kebocoran data pribadi dalam penggunaan media maya.¹⁰ Pelanggaran Data Pribadi yang seringkali terjadi di Indonesia ialah penjualan data pribadi oleh pihak penyimpan dana, untuk kemudian digunakan dalam penawaran produk berupa pinjaman bank ataupun asuransi oleh telemarketer.¹¹ Selain itu, persoalan lainnya yaitu kebocoran data pribadi pengguna aplikasi eHac dengan total 13 juta data pengguna yang diretas dan didistribusikan secara melawan hukum mencakup data atas nama, alamat, foto, dan nomor telepon. Lebih lanjut, basis data yang diduga bocor tersebut juga memuat informasi pribadi seperti nama kerabat dan orang tua dari pengguna, termasuk informasi pembuatan akun, tujuan perjalanan dan detail akomodasi yang digunakan.¹²

Menanggapi rangkaian isu mengenai perlunya peningkatan akan Perlindungan Data Pribadi, kebutuhan akan privasi dan Perlindungan Data Pribadi kemudian diakui oleh banyak negara serta berbagai organisasi internasional dan regional, di antaranya meliputi: Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN Framework) dalam Tata Kelola Data Digital pada 2012 dan Perlindungan Data Pribadi pada 2016, Kerangka Kerja Privasi APEC (APEC Privacy Framework) pada tahun 2004, dan Konvensi Dewan Eropa untuk Perlindungan Individu terkait Pemrosesan Otomatis Data Pribadi (1981) (Konvensi 108), dan Konvensi 108+ (2018) yang dimodernisasi. Visi dan misi organisasi tersebut merupakan panduan dan kerangka kerja utama Perlindungan Data Pribadi dalam konteks asosiasi.¹³ Hak atas Privasi ini bahkan tertuang dalam perjanjian Hak Asasi Manusia

⁹H. Dhoni Martien, *Perlindungan Hukum Data Pribadi* (Kota Makassar: Mitra Ilmu, 2023), 51–53, <https://share.google/s/HkITS2LRjBn7iNIt>.

¹⁰R. Tamilarasi dan N. Elamathi, “E-Commerce-Business-Technology-Society,” *International Journal of Engineering Technologies and Management Research* 4, no. 10 (February 3, 2020): 33–41, <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v4.i10.2017.103>.

¹¹Theddy Hendrawan Nasution, *Perlindungan Hukum Data Pribadi Nasabah dalam Penggunaan Big Data oleh Perbankan di Indonesia (Studi Komparatif Penggunaan Data Pribadi Nasabah di Uni Eropa)* (Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2020), hlm. 7.

¹²Moody Rizqy Syailendra, “Personal Data Protection Law in Indonesia: Challenges and Opportunities,” *Indonesia Law Review* 4 (2024): 56–72, <https://doi.org/10.15742/ilrev.v14n2>.

¹³Sherly Haristya, *et al.*, “Studi Pendahuluan: Perbandingan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Dengan Konvensi Eropa 108+ Dan GDPR” (Jakarta Selatan: Tifa Foundation, 2020), <https://www.tifafoundation.id/wp-content/uploads/2021/11/Tifa-Buku-Studi-Pendahuluan>

(HAM) internasional, seperti Pasal 12 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (DUHAM) dan Pasal 17 Kovenan Internasional tentang Hak Sipil dan Politik (ICCPR).¹⁴ Indonesia sendiri telah meratifikasi ICCPR, yang kemudian berfungsi sebagai landasan normatif bagi pengembangan hukum domestik.¹⁵ Pengakuan akan Hak atas Privasi tersebut kemudian mempengaruhi pembentukan peraturan Perlindungan Data Pribadi di setiap negara, termasuk Indonesia yang tertuang dalam UU PDP yang mengacu pada GDPR sebagai aturan terkait Perlindungan Data Pribadi yang mengikat negara di Uni Eropa. UU PDP lahir sebagai upaya mengikuti perkembangan digitalisasi diiringi oleh peningkatan ancaman pelanggaran privasi dan mendorong regulasi komprehensif yang secara khusus mengatur Perlindungan Data Pribadi.¹⁶

Awalnya, regulasi mengenai Data Pribadi hanya berupa pengaturan sektoral yang tersebar di berbagai peraturan, seperti UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta regulasi spesifik bidang kesehatan, keuangan, dan telekomunikasi.¹⁷ UU PDP kemudian menjadi langkah awal dalam upaya meregulasi Hak atas Data Pribadi dalam total 16 bab dan 76 pasal. Pengaturan dalam UU PDP meliputi Definisi Data Pribadi (Pasal 1–10), Hak Subjek Data Pribadi (Bab III, Pasal 4–16), Larangan Pemrosesan Data (Pasal 65 dan 66), Kewajiban Pengendali dan Prosesor Data Pribadi (Bab IV, Pasal 17–22, serta Pasal 51–54 terkait *Data Protection Officer (DPO)* dan Ketentuan Pidana dan Sanksi (Bab XVI, Pasal 69–72).¹⁸ Atas pengaturan tersebut dapat disimpulkan bahwa Data Pribadi telah melekat pada tiap subjek layaknya “hak lahiriah” yang telah ada sedari awal subjek tersebut lahir. Dalam doktrin hukum, pribadi dipahami sebagai pribadi kodrati (*natuurlijk persoon*), yaitu individu yang sejak lahir berstatus sebagai subjek hukum dengan hak dan

Perbandingan-Rancangan-Undang-undang-Perlindungan-Data-Pribadi-dengan-Konvensi-Eropa-108-dan-GDPR.pdf.

¹⁴Daniel Bethlehem et al., eds., *The Oxford Handbook of International Trade Law*, 2nd ed., Oxford Handbooks (Oxford: Oxford University Press, 2022; online ed., Oxford Academic, December 19, 2022), 748, <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192868381.001.0001>.

¹⁵Institute for Criminal Justice Reform, *Mengenal Kovenan Internasional Hak Sipil dan Politik*, 14 Mei 2012, diakses pada 31 Agustus 2025, <https://icjr.or.id/mengenal-kovenan-internasional-hak-sipil-dan-politik>.

¹⁶Mediodecci Lustarini, “Kepastian Hukum Perlindungan Data Pribadi Pasca Pengesahan UU Nomor 27 Tahun 2022,” *Jurnal Hukum Komunikasi dan Informatika* 1, no. 1 (2022): 4–7.

¹⁷Sinta Dewi Rosadi dan Garry Gumelar Pratama, “Urgensi Perlindungan Privasi dan Data Pribadi dalam Era Ekonomi Digital di Indonesia,” *Veritas et Justitia* 4, no. 1 (2018): 92–93, <https://doi.org/10.25123/vej.2916>.

¹⁸*Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*.

kewajiban.¹⁹ Jika dikaitkan dengan konsep Data Pribadi, maka setiap informasi yang melekat pada individu merupakan bagian dari identitas hukum subjek tersebut. Oleh karena itu, Perlindungan Data Pribadi tidak hanya persoalan teknis administratif, melainkan juga pengakuan atas eksistensi dan martabat individu sebagai subjek hukum. Telah ditegaskan pula dalam dua kerangka hukum tersebut bahwa Data Pribadi tidak hanya terbatas pada informasi yang secara eksplisit menyebutkan Data Pribadi umum seseorang. Data Pribadi juga mencakup pengumpulan informasi sensitif yang melekat terhadap setiap individu, sehingga perlu dilindungi selayaknya pengakuan atas HAM dan hak sebagai warga negara.²⁰

b. Tujuan Perlindungan Data Pribadi

Kerangka UU PDP mengikuti perkembangan perlindungan akan Hak atas Data Pribadi yang berkembang terlebih dahulu di Uni Eropa. Pada mulanya, Uni Eropa merancang GDPR sebagai “era baru” bagi hak privasi individu di Uni Eropa. Tujuan utama GDPR adalah untuk memberikan setiap individu kontrol atas Data Pribadi mereka; mengikuti filosofi bahwa Data Pribadi adalah milik individu, sehingga setiap orang berhak untuk mengurnya. Peraturan dalam GDPR memiliki cakupan yang luas, berlaku untuk semua entitas yang mengumpulkan dan memproses Data Pribadi penduduk Uni Eropa. Dengan demikian, GDPR mampu menciptakan standar yang seragam dan jelas bagi seluruh entitas yang berinteraksi dengan data penduduk Uni Eropa.²¹ GDPR adalah bagian dari dasar pembuatan UU PDP sebagaimana yang terdapat pada GDPR *Article 1* bahwasanya peraturan berikut ditujukan guna melindungi privasi dan Data Pribadi pada setiap individu, dan meminimalisir terjadinya penyebaran data di luar persetujuan pemilik, serta terdapat beberapa aspek lainnya yang menjadi dasar dalam langkah perlindungan data mencakup aturan DPO, hak pemindahan data, hak *rights be forgotten*, hak mengakses Data Pribadi ketika diminta, dan aturan untuk menginformasikan pemilik apabila terjadinya serangan pada suatu situs.²²

¹⁹ A. Ridwan Halim, *Hukum Perdata dalam Tanya Jawab*, cet. 3 (Jakarta, 1986), 27–29.

²⁰ Sinta Dewi Rosadi, “Indonesia’s Personal Data Protection Bill, 2020: Does It Meet the Needs of the New Digital Economy?” *International Review of Law, Computers & Technology* 37, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.1080/13600869.2022.2114660>.

²¹ Luca Bertolaccini, *et al.*, “The Significance of General Data Protection Regulation in the Compliant Data Contribution to the European Society of Thoracic Surgeons Database,” *European Journal of Cardio-Thoracic Surgery* 64, no. 3 (September 2023): 2–4, <https://doi.org/10.1093/ejcts/ezad289>.

²² GDPR, Regulation (EU) 2016/679, diakses pada September 2, 2025, gdpr-info.eu.

Indonesia kemudian turut mengikuti langkah regulasi Data Pribadi layaknya Uni Eropa melalui UU PDP. Meledaknya kasus kebocoran data pada kuartal III tahun 2022 mendorong pemerintah untuk mengesahkan UU PDP pada tahun yang sama—sebelumnya, Rancangan UU PDP (**RUU PDP**), telah diajukan Program Legislasi Nasional (**Prolegnas**) pada tahun 2017.²³ Pengaturan dasar dalam UU PDP dibuat dengan mengacu pada standar perlindungan data internasional dengan GDPR sebagai acuan utama. Salah satu pertimbangan utama diadopsinya GDPR berkaitan dengan ketentuan jangkauan hukum ekstrateritorial dari GDPR. Ketentuan tersebut krusial untuk memastikan Data Pribadi tetap terlindungi meskipun pemrosesan data dilakukan di luar wilayah teritorial pemilik data. Adopsi ini juga memastikan bahwa transfer Data Pribadi ke luar Indonesia hanya dapat dilakukan ke negara tujuan dengan hukum Perlindungan Data Pribadi yang setara atau lebih tinggi.²⁴ Dengan demikian, pengesahan UU PDP dengan disertai langkah akuntabilitas, transparansi, dan pedoman yang jelas, diharapkan dapat mengatasi ancaman terhadap perlindungan data, dan mendorong manajemen data yang bertanggung jawab khususnya di era digitalisasi, serta telah mengatur berbagai aspek penting yang selaras dengan GDPR.

c. Jenis dan Risiko dalam Perlindungan Data Pribadi

UU PDP mengadopsi sistem klasifikasi Data Pribadi yang membedakan antara data yang berisiko rendah dan yang berisiko tinggi. Pada Pasal 4 UU PDP secara spesifik menggolongkan Data Pribadi ke dalam dua kategori, yakni Data Pribadi yang bersifat umum dan Data Pribadi yang bersifat spesifik. Data Pribadi umum mencakup informasi identitas dasar yang apabila terungkap secara terpisah, tidak menimbulkan dampak yang signifikan. Kategori tersebut meliputi nama lengkap, jenis kelamin, usia, kewarganegaraan, agama, maupun status perkawinan. Adapun sebaliknya, Data Pribadi spesifik adalah kategori data yang dikarenakan memiliki sifat sensitif, pemrosesan data berikut membawa potensi risiko yang jauh lebih tinggi bagi hak dan kebebasan individu. Data Pribadi spesifik mencakup, data dan informasi kesehatan, data biometrik, data genetika, catatan kejahatan, data anak, dan data keuangan pribadi, seringkali disebut sebagai data sensitif.²⁵ Pemisahan kategorisasi oleh UU PDP mendorong kewajiban hukum yang lebih ketat bagi pengendali

²³Mediodecci Lustarini, “Kepastian Hukum Perlindungan Data Pribadi Pasca Pengesahan UU Nomor 27 Tahun 2022,” *Jurnal Hukum Komunikasi dan Informatika* 1, no. 1 (2022): 2-4.

²⁴*Ibid.*, 6-7.

²⁵*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 4.

data karena terdapat beberapa risiko yang melekat pada data sensitif, seperti potensi diskriminasi berdasarkan kondisi kesehatan, pemerasan berdasarkan catatan kejahatan, atau manipulasi terhadap anak-anak. Maka dari itu, diperlukan adanya mekanisme perlindungan yang lebih kuat dan kewajiban atas standar persetujuan yang lebih tinggi dan keharusan untuk melakukan DPIA sebelum dilakukannya pemrosesan data.²⁶

d. Pemrosesan Data Pribadi

i. Subjek Data Pribadi vs. Pengendali Data Pribadi

Pemahaman mengenai pihak-pihak yang terlibat dalam Pemrosesan Data Pribadi diperlukan untuk memahami hakikat dari Perlindungan Data Pribadi. Berdasarkan UU PDP, telah tertuang bahwasanya terdapat tiga pihak yang berperan dalam Pemrosesan Data Pribadi dalam Pasal 16 UU PDP ialah meliputi subjek Data Pribadi, subjek pengendali Data Pribadi, dan prosesor Data Pribadi.²⁷ Tiga pihak yang disebutkan dalam Pasal 16 UU PDP dibedakan sesuai hak dan kewajibannya. Subjek Data Pribadi merupakan inti dari Perlindungan Data Pribadi dengan Pasal 1 angka 6 UU PDP yang mengartikannya sebagai tiap individu yang dapat diidentifikasi oleh Data Pribadi, dalam konteks ini adalah setiap pengguna aplikasi TikTok.²⁸ Pengendali Data Pribadi, di sisi lain, bertanggung jawab untuk melindungi kepentingan Subjek Data Pribadi.²⁹ Sebagaimana diuraikan dalam Pasal 19 UU PDP, Pengendali Data Pribadi mencakup individu, badan publik, maupun organisasi secara individual atau bersama-sama yang melakukan kendali akan tujuan dan metode pemrosesan Data Pribadi, adapun dalam konteks tersebut ialah TikTok Indonesia.³⁰ Pihak terakhir, yakni Prosesor Data Pribadi, ialah pihak ketiga yang melakukan secara langsung pemrosesan Data Pribadi, adapun dalam konteks tersebut ialah pihak ketiga yang digunakan oleh TikTok, misalnya Google.³¹

²⁶Predderics Hockop Simanjuntak, “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi pada Era Digital di Indonesia: Studi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dan General Data Protection Regulation (GDPR),” *Jurnal Esensi Hukum* 6, no. 2 (2024): 116-117.

²⁷*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 16.

²⁸*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 1 angka 6.

²⁹Monpi Neog Lobo, “Controller, Processor & Data Protection Responsibilities,” *WSIworld.com*, 1 Juni, 2023, <https://www.wsiworld.com/blog/responsibilities-of-a-controller-processor-and-data-protection-officer-according-to-gdpr>.

³⁰*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 19.

³¹*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 1 ayat (5).

Ketika membicarakan Perlindungan Data Pribadi dalam konteks TikTok, sepatutnya difokuskan kepada pengguna sebagai Subjek Data Pribadi dan TikTok Indonesia sebagai Pengendali Data Pribadi. Pengguna, sebagai individu yang datanya melekat pada dirinya, memegang posisi sebagai Subjek Data Pribadi. Peran tersebut memberikan pengguna serangkaian hak yang tidak dapat dicabut untuk mengontrol informasi pribadi mereka. Lebih lanjut, TikTok sebagai platform yang "menentukan tujuan dan melakukan kendali Pemrosesan Data Pribadi" secara hukum berstatus sebagai Pengendali Data Pribadi, sehingga menempatkan TikTok sebagai pihak yang memegang tanggung jawab utama atas seluruh siklus hidup data yang diprosesnya, sedari pengumpulan hingga pemusnahan. Penetapan peran ini krusial, mengingat UU PDP secara spesifik mengalokasikan hak-hak kepada Subjek Data dan menekankan pada serangkaian kewajiban yang mengikat secara hukum kepada pengendali data dan seluruh kerangka kepatuhan dan penegakan hukum dalam UU PDP beroperasi berdasarkan dinamika hubungan antara kedua pihak.

ii. Prinsip Dasar Perlindungan Data Pribadi

Prinsip dasar Perlindungan Data Pribadi merupakan pijakan normatif yang memastikan pemrosesan data dilakukan secara sah, adil, dan bertanggung jawab. Prinsip ini hadir untuk menjembatani kepentingan pemanfaatan data dalam ekosistem digital dengan perlindungan hak individu sebagai subjek data, sebagaimana ditegaskan dalam UU PDP Pasal 16 ayat (2) yang mengharuskan setiap pemrosesan data tunduk pada seperangkat prinsip fundamental yang menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dengan penghormatan identitas individu.³² Meskipun seluruh prinsip tersebut bersifat mengikat, analisis dalam konteks praktik pemrosesan data oleh sistem AI TikTok secara khusus akan difokuskan pada beberapa prinsip yang secara langsung bersinggungan dengan cara TikTok mengumpulkan, memproses, dan monetisasi data melalui algoritma dan kebijakan privasinya. Prinsip-prinsip tersebut kemudian dijabarkan dalam tabel berikut, dan relevansinya dapat dilihat dalam praktik layanan digital seperti TikTok yang mencakup

³²Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 16 ayat (2).

pengumpulan data identitas dasar, perilaku penggunaan, hingga preferensi konten melalui ToS TikTok.³³

Prinsip UU PDP	Definisi Prinsip	Implementasi di TikTok
Transparansi	Data dikumpulkan secara sah, adil, dan terbuka. ³⁴	TikTok wajib menyampaikan tujuan pengumpulan data secara jelas dalam kebijakan privasi.
<i>Purpose Limitation</i>	Pemrosesan hanya untuk tujuan tertentu yang sah. ³⁵	TikTok tidak boleh menggunakan data untuk kepentingan iklan tanpa persetujuan eksplisit.
Hak Subjek Data	Pemrosesan menjamin hak subjek data. ³⁶	Termasuk hak akses, hak perbaikan, dan hak untuk menolak profilisasi otomatis.
Akuntabilitas	Pengendali wajib membuktikan kepatuhan. ³⁷	TikTok harus siap diaudit otoritas perlindungan data.

Tabel 1 Prinsip Perlindungan Data Pribadi dalam UU PDP

Berdasarkan tabel di atas, dalam konteks globalisasi arus data, relevansi prinsip tersebut semakin nyata di mana praktik pemrosesan kerap melintasi yurisdiksi. Keharmonisan dengan standar internasional, khususnya GDPR, menjadikan regulasi Indonesia tidak berjalan sendiri, tetapi berada dalam kerangka tata kelola data global yang diakui. Dengan mengadopsi nilai-nilai seperti transparansi, pembatasan tujuan, penghormatan terhadap hak subjek data, serta akuntabilitas, UU PDP memberikan

³³Sinta Dewi Rosadi dan Gary Gumelar Pratama, “Prinsip Perlindungan Data Pribadi dan Relevansinya dalam Layanan Digital,” *Jurnal Cita Hukum Indonesia* 5, no. 1 (2023): 102–118, <https://www.jcli-bi.org/index.php/jcli/article/view/271/64>.

³⁴Disebut sebagai Prinsip *Keterbatasan, Spesifik, Sah, dan Transparan* mengacu pada *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 16 ayat (2) huruf a.

³⁵Disebut sebagai Prinsip *Sesuai Tujuan* mengacu pada *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 16 ayat (2) huruf b.

³⁶Disebut sebagai Prinsip *Menjamin Hak Subjek Data Pribadi* mengacu pada *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 16 ayat (2) huruf c.

³⁷Disebut sebagai Prinsip *Akuntabilitas* mengacu pada *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 16 ayat (2) huruf d.

pedoman yang komprehensif untuk memastikan pemrosesan data dilakukan secara etis dan sesuai hukum. Prinsip-prinsip ini kemudian menjadi tolok ukur utama dalam menilai sejauh mana kepatuhan pengendali data, termasuk dalam kasus platform digital seperti TikTok yang memanfaatkan kecerdasan buatan untuk mengolah dan memonetisasi data penggunanya.³⁸

1. Implementasi Prinsip: Hak Subjek dan Kewajiban Pengendali Data Pribadi

Sejalan dengan prinsip-prinsip etis dan hukum tersebut, UU PDP kemudian menerjemahkan nilai-nilai tersebut ke dalam hak-hak konkret bagi subjek data, memastikan perlindungan nyata dalam praktik pemrosesan, termasuk pada platform digital seperti TikTok. UU PDP telah menetapkan secara rinci pada Pasal 5 hingga Pasal 13, yang mencakup Hak untuk Mendapatkan Informasi, Memperbaiki Data, Mengakses Data, Menghapus Data, Menarik Persetujuan, Menolak Pemrosesan Otomatis, Membatasi Pemrosesan, dan Menggugat Ganti Rugi.³⁹ Berdasarkan hak yang luas tersebut, beberapa hak menjadi sangat krusial ketika dihadapkan pada pengkoleksian data secara otomatis oleh TikTok yang digerakkan oleh AI beserta dengan mekanisme persetujuannya. Adapun hak-hak yang akan dikaji dalam persoalan berikut ialah sebagaimana yang diuraikan dalam tabel berikut:

Hak Subjek Data Pribadi (UU PDP)	Kewajiban Pengendali Data Pribadi
Hak atas Informasi dan Transparansi (Pasal 5)	Memberikan informasi jelas dan ringkas tentang identitas, tujuan pemrosesan, jenis data, serta akuntabilitas Pengendali Data.
<i>Purpose Limitation</i> (Pasal 9, Pasal 20 ayat [3])	Memastikan persetujuan sah, terpisah untuk setiap tujuan pemrosesan, dan dapat ditarik kembali kapan saja.
Hak atas Perlindungan dari Pemrosesan Otomatis (Pasal 10)	Menyediakan mekanisme keberatan terhadap keputusan berbasis pemrosesan otomatis termasuk <i>profiling</i> .

³⁸Muhammad Deckri Algamar, Abu Bakar Munir, dan Hendro, “Prinsip Perlindungan Data Pribadi dalam UU PDP dan Relevansinya dengan GDPR,” *Jurnal Cakrawala Hukum Indonesia* 14, no. 2 (2023): 548–549.

³⁹Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 5–13.

Hak atas Perbaikan, Akses, dan Penghapusan Data (Pasal 6, Pasal 7, Pasal 8)	Memberikan fasilitas bagi pengguna untuk memperbaiki, mengakses, dan menghapus Data Pribadi.
Hak atas Ganti Rugi (Pasal 12)	Bertanggung jawab atas kerugian akibat, misalnya dalam hal kebocoran Data Pribadi.

Tabel 2 Hak Subjek Data Pribadi dan Kewajiban Pengendali Data Pribadi

Berdasarkan perbandingan Hak Subjek Data Pribadi dengan Kewajiban Pengendali Data Pribadi, perlu dipertanyakan apakah TikTok sebagai Pengendali Data Pribadi sudah sepenuhnya mematuhi kewajibannya sebagaimana diatur dalam UU PDP. Hak atas Informasi dan Transparansi yang ditegaskan dalam Pasal 5 UU PDP menuntut agar pengguna memperoleh penjelasan yang jelas mengenai identitas pengendali data, tujuan pemrosesan, serta akuntabilitas pihak yang meminta data. Ketentuan ini juga diperkuat dalam Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pelaksanaan UU PDP (**RPP UU PDP**) yang mengatur bahwa pemenuhan Hak atas Informasi tidak boleh sekadar bersifat formal, melainkan harus memuat elemen-elemen pokok yang wajib disampaikan kepada subjek data.⁴⁰ Elemen tersebut mencakup identitas pengendali data, tujuan spesifik dan dasar hukum pemrosesan, jenis data pribadi yang dikumpulkan, jangka waktu penyimpanan, serta skema distribusi data kepada pihak ketiga. Dengan demikian, RPP UU PDP menegaskan bahwa hak atas informasi bukan hanya hak untuk “tahu”, tetapi hak untuk memperoleh penjelasan secara lengkap dan mudah untuk dipahami, sehingga subjek data dapat menilai risiko serta memberikan persetujuan secara sadar.⁴¹ Dalam hal kewajiban TikTok sebagai Pengendali Data Pribadi, mengacu pada ketentuan RPP UU PDP, sepatutnya TikTok menjabarkan secara detail jenis data dan tujuan yang diminta, serta memberikan salinan kepada pengguna aplikasi.

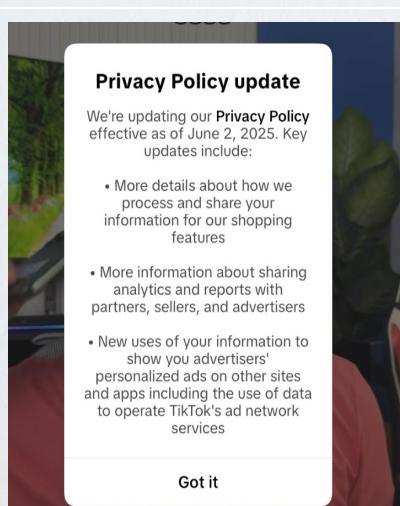
Hak tersebut menjadi titik awal penting dalam menjamin kesadaran pengguna sebelum memberikan persetujuan. TikTok, sebagai Pengendali Data Pribadi, pada prinsipnya wajib menyediakan informasi yang ringkas, akurat, dan mudah dipahami terkait jenis data yang dikumpulkan, tujuan pemakaian, jangka waktu penyimpanan, serta distribusinya. Namun, kewajiban ini dalam praktik belum berjalan optimal. Hal tersebut

⁴⁰Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

⁴¹Naskah Akademik RUU Perlindungan Data Pribadi, “Hak dan Kewajiban Pengelola Data Pribadi,” (Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, 2020), 141-144.

tampak dari *Privacy Policy* TikTok, khususnya pada bagian “*Information We Collect*” yang menjabarkan jenis data mulai dari *Internet Protocol Address (Alamat IP)*, model perangkat, riwayat penelusuran, metadata jaringan, hingga data biometrik, dalam uraian yang panjang dan sarat istilah teknis sehingga menyulitkan pengguna awam untuk memahami maksudnya.⁴² Sedangkan, Pasal 12 ayat (1) GDPR dengan tegas mewajibkan agar informasi kepada subjek data disampaikan “dalam bentuk yang ringkas, transparan, mudah dimengerti, dan mudah diakses” (*in a concise, transparent, intelligible and easily accessible form*), dengan menggunakan bahasa yang jelas dan sederhana.⁴³ Ketidaksesuaian antara standar ini dengan praktik penyampaian informasi oleh TikTok menunjukkan adanya celah dalam implementasi prinsip keterbukaan yang dijamin baik dalam GDPR maupun UU PDP.

Di sisi lain, Hak Terkait Persetujuan sebagaimana diatur dalam Pasal 9 UU PDP menekankan bahwa subjek data berhak menarik kembali persetujuan kapan saja.⁴⁴ Persetujuan ini seharusnya diberikan secara sah dan terpisah untuk setiap tujuan pemrosesan. Dalam realitanya, TikTok justru menggabungkan persetujuan dalam satu paket ToS ketika aplikasi diunduh, yang membuat pengguna kehilangan keleluasaan untuk menolak jenis pengumpulan data tertentu sebagaimana dapat dilihat dalam tangkapan layar berikut:



⁴²TikTok Privacy Policy—Information We Collect, tersedia di: <https://www.tiktok.com/legal/privacy-policy> (diakses 10 September 2025).

⁴³GDPR, Article 12(1), tersedia di: <https://gdpr-info.eu/art-12-gdpr/> (diakses 10 September 2025).

⁴⁴Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 9.

Gambar 1 Tangkapan Layar Permintaan Persetujuan TikTok saat Pertama Kali Diunduh oleh Pengguna



Situasi ini menjadi problematis karena tanpa mekanisme pemisahan, pengguna yang ingin menolak analisis konten video, misalnya untuk kepentingan biometrik, dipaksa menerima keseluruhan persyaratan jika tetap ingin menggunakan layanan.⁴⁵ Hal ini menjadikan Hak Menarik Kembali Persetujuan dalam UU PDP tidak sepenuhnya bermakna dalam praktik. Menggerucut kepada pembahasan terkait penggunaan AI dalam sistem pengoleksian data oleh TikTok, Pasal 10 UU PDP memberikan ruang bagi Subjek Data Pribadi untuk menolak keputusan yang semata-mata didasarkan pada pemrosesan otomatis, termasuk praktik *profiling*, apabila menimbulkan akibat hukum atau berdampak signifikan.⁴⁶ RPP UU PDP menegaskan bahwa pemrosesan berisiko tinggi—termasuk penggunaan teknologi baru seperti AI dan *machine learning*, pemantauan atau penskoran sistematis, pengambilan keputusan otomatis yang berdampak signifikan, serta pemrosesan skala besar—wajib disertai DPIA sebagai perincian dari perintah umum dalam UU PDP.⁴⁷ Sampai naskah ini disusun, tidak tersedia publikasi DPIA khusus Indonesia yang dapat diverifikasi secara publik, sehingga status kepatuhan TikTok terhadap kewajiban DPIA di Indonesia belum dapat dipastikan dari sumber terbuka. Dengan demikian, formulasi yang lebih akurat adalah bahwa terdapat kewajiban DPIA untuk kategori pemrosesan yang TikTok akui lakukan, sementara bukti pelaksanaan DPIA khusus Indonesia belum tersedia

⁴⁵Miyuki Fattah Rizki dan Abdul Salam, “Pertanggungjawaban Hukum Pengumpulan Data Biometrik Melalui Artificial Intelligence Tanpa Persetujuan Pemilik Data (Studi Kasus Clearview AI Inc. Di Yunani Dan Inggris),” *UI Scholars Hub*, Vol. 2, No. 2 (2023): 5–7, <https://scholarhub.ui.ac.id/lexpatri/vol2/iss2/9>.

⁴⁶*Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 9.

⁴⁷Lihat *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 34; Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pelaksanaan UU PDP, ketentuan mengenai kewajiban DPIA untuk “risiko tinggi”.

dalam domain publik.⁴⁸

2. TikTok dan *Artificial Intelligence*

a. Definisi *Artificial Intelligence*

TikTok merupakan salah satu aplikasi media yang mengumpulkan Data Pribadi dengan memanfaatkan AI. Secara umum, AI dapat dipahami sebagai simulasi kecerdasan manusia oleh sistem atau mesin yang dirancang untuk berpikir layaknya manusia serta meniru perilakunya—mulai dari memahami, bernalar, belajar, merencanakan, hingga memprediksi.⁴⁹ Definisi ini menekankan bahwa AI merupakan kecerdasan buatan yang dirancang oleh manusia dan diwujudkan melalui mesin, suatu alat dengan kemampuan meniru kemampuan kognitif dari pikiran manusia. Dalam skala internasional, berbagai lembaga telah mengeluarkan regulasi dan pedoman mengenai AI. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), misalnya, pada November 2021 mengadopsi Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence yang disetujui oleh 193 negara anggota. Dokumen ini merupakan standar global pertama yang menekankan pentingnya etika dan hak asasi manusia dalam pengembangan AI. UNESCO merumuskan sepuluh prinsip utama berbasis pendekatan hak asasi manusia, yaitu: proporsionalitas dan tidak merugikan, keamanan dan keselamatan, hak privasi dan perlindungan data, tata kelola multi-pemangku kepentingan yang adaptif, tanggung jawab dan akuntabilitas, transparansi dan penjelasan, pengawasan dan kendali manusia, keberlanjutan, literasi dan kesadaran, serta keadilan dan non-diskriminasi.⁵⁰ Selain itu, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) pada tahun 2019 menetapkan lima prinsip inti untuk tata kelola AI yang bertanggung jawab dan dapat dipercaya. Prinsip-prinsip tersebut meliputi: (1) pertumbuhan inklusif, pembangunan berkelanjutan, dan kesejahteraan; (2) penghormatan terhadap aturan hukum, hak asasi manusia, dan nilai demokrasi, termasuk keadilan dan privasi; (3) transparansi dan

⁴⁸ Bandingkan *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 34; Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pelaksanaan UU PDP (ketentuan mengenai kewajiban DPIA untuk “risiko tinggi”) Algamar, Munir, and Hendro, *Prinsip Perlindungan Data Pribadi*, 548–549; serta GDPR, Pasal 35 ayat (3) huruf a.

⁴⁹ IBM, “What Is Artificial Intelligence (AI)?,” *IBM Think*, diakses pada 31 Agustus 2025, <https://www.ibm.com/think/topics/artificial-intelligence>.

⁵⁰ “A UNESCO AI Ethics – Implemented with AIGN’s Societal Risk & Governance Architecture,” AIGN, diakses September 2, 2025, <https://aign.global/aign-os-the-operating-system-for-responsible-ai-governance/ai-governance-frameworks/unesco-ai-ethics-implemented-with-aigns-societal-risk-governance-architecture/>.

penjelasan; (4) ketahanan, keamanan, dan keselamatan; serta (5) akuntabilitas. OECD mendefinisikan AI sebagai sistem berbasis mesin yang beroperasi dengan tingkat otonomi bervariasi, dan yang melalui input yang diterimanya dapat menghasilkan output berupa prediksi, konten, rekomendasi, atau keputusan yang memengaruhi lingkungan fisik maupun virtual.⁵¹ Di tingkat regional, Uni Eropa menetapkan AI Act (Regulation 2024/1689) yang berlaku sejak 1 Agustus 2024. Regulasi ini menjadi kerangka hukum komprehensif pertama untuk AI di dunia. Definisi AI dalam AI Act pada dasarnya sejalan dengan OECD, yakni sistem berbasis mesin yang dirancang untuk bekerja secara otonom dengan menghasilkan berbagai bentuk output yang berdampak pada lingkungan fisik atau virtual.⁵²

Sementara itu, di Indonesia, definisi resmi AI pertama kali muncul dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang Etika Kecerdasan Artifisial. AI dipahami sebagai bentuk pemrograman pada perangkat komputer untuk melakukan pemrosesan dan/atau pengolahan data secara cermat. Ruang lingkupnya mencakup teknologi seperti *machine learning, natural language processing, expert systems, deep learning, robotics, neural networks*, dan subset lainnya. Namun, hingga kini Indonesia belum memiliki undang-undang khusus yang secara komprehensif mengatur AI. Landasan hukum yang dapat digunakan masih bertumpu pada kerangka UU ITE, khususnya definisi terkait sistem elektronik dan agen elektronik. Pasal 1 angka 5 UU ITE mendefinisikan sistem elektronik sebagai “*serangkaian perangkat dan prosedur yang berfungsi untuk mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.*” Sedangkan Pasal 1 angka 8 menjelaskan agen elektronik sebagai “*perangkat dari suatu sistem elektronik yang dibuat untuk melakukan suatu tindakan terhadap informasi elektronik tertentu secara otomatis yang diselenggarakan oleh orang.*”⁵³ Dengan demikian, dari perspektif hukum positif Indonesia, AI dapat dipahami sebagai bagian dari

⁵¹OECD, Recommendation of the Council on Artificial Intelligence, OECD/LEGAL/0449.

⁵²European Union, Artificial Intelligence Act: A Guide, April 7, 2025 (PDF), diakses September 1, 2025, <https://www.twobirds.com/-/media/new-website-content/pdfs/capabilities/artificial-intelligence/european-union-artificial-intelligence-act-guide.pdf>.

⁵³Nabila Fitri Amelia, *et al.*, “Implementasi Artificial Intelligence (AI) dalam Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia,” *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara* 2, no. 1 (Februari 2024): 56–70, <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i1.789>.

sistem elektronik yang berfungsi mengolah informasi elektronik secara otomatis, meskipun sampai saat ini masih memerlukan payung hukum yang lebih jelas dan spesifik.⁵⁴

Jika dibandingkan dengan kerangka internasional, terlihat adanya perbedaan pendekatan dalam mendefinisikan AI. Indonesia cenderung menggunakan pendekatan yang lebih teknis dan praktis, dengan menekankan AI sebagai sekadar pemrograman komputer untuk pemrosesan data. Pendekatan ini bersifat terbatas dan operasional, serta masih dalam ranah non-mengikat secara hukum karena dituangkan melalui surat edaran.⁵⁵ Sebaliknya, kerangka internasional seperti yang dirumuskan oleh UNESCO dalam *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence (2021)* maupun *OECD AI Principles (2019)* mengambil pendekatan yang lebih komprehensif. Fokus utamanya bukan hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada implikasi etis, hak asasi manusia, dan dampak sosial dari penggunaan AI. Dengan demikian, standar internasional lebih menekankan nilai-nilai fundamental yang harus dijunjung tinggi dalam pengembangan dan pemanfaatan AI.

Meski berbeda dalam pendekatan, baik kerangka hukum Indonesia maupun internasional sama-sama menggarisbawahi pentingnya prinsip-prinsip dasar dalam pengelolaan AI. Prinsip-prinsip tersebut mencakup transparansi (keterbukaan dalam penggunaan dan pengambilan keputusan berbasis AI), keamanan (perlindungan data serta keselamatan pengguna), kemanusiaan (penghormatan terhadap martabat dan hak asasi manusia), serta akuntabilitas (tanggung jawab aktor dalam merancang, mengembangkan, dan mengimplementasikan AI).⁵⁶ Dengan demikian, meskipun titik berangkatnya berbeda—Indonesia dari aspek teknis dan operasional, sementara internasional dari aspek normatif dan etis—keduanya memiliki tujuan yang selaras, yakni memastikan AI berkembang secara bertanggung jawab dan bermanfaat bagi masyarakat.

b. Konsep Algoritma Sosial Media dan *Algorithmic Personalization*

Pada era digital saat ini, AI telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai aplikasi, khususnya dalam mengelola dan mempersonalisasi pengalaman pengguna. Salah satu pemanfaatannya terlihat pada algoritma media sosial, yakni sistem pada platform untuk

⁵⁴*Ibid.*

⁵⁵Azaria Eda Pradana, *et al.*, “Tantangan Kecerdasan Buatan Dalam Implikasi Kebijakan Pemerintah di Indonesia: Studi Literatur,” *Jurnal Good Governance* 21, no. 1 (Maret 2025): 54–57, <https://doi.org/10.32834/gg.v21i1.889>.

⁵⁶Nasman, Pudji Astuti, dan Dita Perwitasari, “Etika dan Pertanggungjawaban Penggunaan Artificial Intelligence di Indonesia,” *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis* 5, no. 10 (2024): 5–7.

menentukan konten yang akan ditampilkan kepada pengguna berdasarkan preferensi, perilaku, serta interaksi mereka. Secara lebih spesifik, algoritma media sosial dapat dipahami sebagai serangkaian proses merangking sinyal yang diberikan pengguna, guna menentukan jenis konten maupun iklan dengan tingkat relevansi tinggi untuk ditampilkan.⁵⁷ Sinyal-sinyal tersebut mencakup informasi mengenai aktivitas pengguna, preferensi konten, data demografis, lokasi, hingga perilaku penelusuran atau *browsing*.

Berdasarkan penelitian yang dipublikasikan dalam *Nature Scientific Reports*, cara kerja algoritma media sosial pada dasarnya didasarkan pada tiga prinsip kurasi konten utama. Pertama, *Popularity Filtering* yang mempromosikan konten populer di seluruh platform. Kedua, *Semantic Filtering* yang merekomendasikan postingan serupa dengan yang sebelumnya dikonsumsi pengguna. Ketiga, *Collaborative Filtering* yang menyarankan apa yang dikonsumsi orang yang memiliki karakteristik yang mirip dengan pengguna tertentu.⁵⁸ Dalam konteks personalisasi algoritmik, sistem ini juga menggunakan teknik *psychological targeting* untuk mengirimkan pesan yang ditargetkan berdasarkan profil kepribadian yang ditentukan secara algoritmik. Platform media sosial telah menjadi sangat mahir dalam mempertahankan perhatian pengguna dengan konten yang sangat dipersonalisasi. Bahkan, hanya dengan satu "like", sistem mampu menyimpulkan sifat-sifat psikologis tertentu yang kemudian digunakan untuk menyusun pesan yang ditargetkan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku pengguna secara signifikan.⁵⁹ Praktik ini terlihat jelas pada TikTok yang algoritmanya merepresentasikan integrasi AI dan *machine learning* dalam tingkat kecanggihan yang tinggi. Kombinasi teknologi tersebut menghasilkan pengalaman pengguna yang tidak hanya sangat terpersonalisasi, tetapi juga bersifat adiktif. Implementasi AI pada algoritma TikTok bahkan telah merevolusi pola konsumsi konten digital, tercermin dari pertumbuhan basis pengguna hingga 15 kali lipat, peningkatan dua kali lipat dalam waktu penggunaan harian, tingkat keterlibatan lima kali

⁵⁷Arvind Narayanan, *Optimizing for What? Algorithmic Amplification and Society: Understand Social Media Algorithms*, (New York: Knight First Amendment Institute at Columbia University, 2023), <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/1h2v-pn50/download>

⁵⁸Nicola Perra dan Luis E. C. Rocha, "Modelling Opinion Dynamics in the Age of Algorithmic Personalisation," *Scientific Reports* 9, no. 1 (Mei 13, 2019): 7261, <https://doi.org/10.1038/s41598-019-43830-2>.

⁵⁹Queens University Library, "Misinformation on Social Media Algorithms," diakses pada Agustus 10, 2025, <https://library.queens.edu/misinformation-on-social-media/algorithms>.

lebih tinggi dibandingkan kompetitor, serta pencapaian pendapatan sebesar USD 23 miliar pada tahun 2024.⁶⁰

Capaian luar biasa TikTok dalam menarik serta mempertahankan perhatian pengguna tidak dapat dilepaskan dari kerumitan teknologi AI yang menopang sistem rekomendasinya. TikTok memanfaatkan spektrum luas teknologi AI yang bekerja secara sinergis untuk menghadirkan rekomendasi konten yang akurat dan personal. Salah satu teknologi utama yang digunakan adalah *Graph Neural Networks (GNN)*, yang berfungsi memahami preferensi pengguna melalui analisis struktur global dari interaksi mereka. Kemampuan GNN dalam mensimulasikan hubungan serta pola interaksi yang kompleks memungkinkan algoritma memprediksi konten yang paling relevan dan menarik, sehingga secara signifikan meningkatkan pengalaman pengguna.⁶¹ Selain itu, TikTok juga mengimplementasikan *Reinforcement Learning (RL)* untuk menyesuaikan rekomendasi secara *real-time* berdasarkan umpan balik pengguna. Melalui analisis metrik seperti jumlah *likes*, *shares*, dan *viewing time*, RL mengoptimalkan saran konten dengan mekanisme *trial and error*, sehingga rekomendasi yang diberikan senantiasa selaras dengan minat pengguna terkini.⁶² Untuk memahami pola perilaku pengguna dari waktu ke waktu, TikTok memanfaatkan *Temporal Convolutional Networks (TCN)*. Teknologi ini unggul dalam melakukan prediksi berbasis urutan (*sequence prediction*), yang memungkinkan sistem menganalisis aktivitas pengguna di masa lalu sekaligus memproyeksikan kemungkinan interaksi di masa depan. Dengan demikian, TikTok dapat menghadirkan konten yang tepat pada momen yang paling relevan bagi setiap pengguna. Di samping itu, *Natural Language Processing (NLP)* dan model *transformer* menjadi tulang punggung dalam memahami konten berbasis teks. NLP digunakan untuk mem-parsing komentar dan tag yang dibuat pengguna, sedangkan model *transformer* seperti BERT atau GPT menganalisis makna

⁶⁰Backlinko, “TikTok Statistics You Need to Know in 2025,” terakhir diperbarui September 2, 2025, <https://backlinko.com/TikTok-users>.

⁶¹Xiaoxing Chen, “Investigation on the Self-Improving Algorithm of TikTok Based on Extensive User Interactions,” dalam *Proceedings of the 1st International Conference on Engineering Management, Information Technology and Intelligence (EMITI 2024)*, 227–233, ISBN 978-989-758-713-9, SCITEPRESS, 2024, <https://www.scitepress.org/Papers/2024/129251/129251.pdf>.

⁶²*Ibid.*

mendalam dari teks tersebut. Hasil analisis ini kemudian memberikan data input yang kaya bagi sistem rekomendasi, sehingga semakin memperhalus tingkat personalisasi konten.⁶³

c. Data yang dikumpulkan oleh Algoritma TikTok

Informasi yang Dikoleksi TikTok Secara Otomatis	Rincian Data yang Dikoleksi	Jenis Data
Informasi Pengguna & Interaksi	Riwayat tontonan, konten yang disukai, serta riwayat pencarian	Data Pribadi Umum
Informasi yang Disimpulkan	Minat, rentang usia, jenis kelamin (disimpulkan)	Data Pribadi Umum
Informasi Teknis	Alamat IP, Identifikasi Perangkat, Pola ketikan (<i>keystroke patterns</i>)	Data Pribadi Umum
Informasi Lokasi	Lokasi Sistem Pemosisi Global (GPS), Lokasi dari Alamat IP	Data Pribadi Umum
Informasi Gambar & Audio	Analisis fitur wajah dan tubuh (data biometrik)	Data Pribadi Spesifik
Data dari Pihak Ketiga	Data dari mitra periklanan serta penyedia data	Data Pribadi Umum ⁶⁴

Tabel 3 Jenis Data yang Dikumpulkan oleh Algoritma TikTok

Kerumitan teknologi AI yang menopang algoritma rekomendasi TikTok berhubungan erat dengan skala dan intensitas praktik pengumpulan data yang dijalankan oleh platform ini. ToS TikTok, yang merupakan perjanjian hukum mengikat antara pengguna dan TikTok Inc., mengatur hubungan tersebut serta menetapkan syarat-syarat penggunaan platform dan layanan terkait. Dokumen ini berbentuk perjanjian standar dengan klausula baku yang umum digunakan penyedia layanan digital, dan berfungsi untuk menegaskan hak serta kewajiban baik dari pihak penyedia aplikasi maupun penggunanya. Sebagai klausula baku, ToS TikTok wajib disetujui oleh pengguna sebelum mereka dapat mengakses platform. Akan tetapi, ketentuan ToS

⁶³Hyunjin Kang dan Chen Lou, “AI Agency vs. Human Agency: Understanding Human-AI Interactions on TikTok and Their Implications for User Engagement,” *Journal of Computer-Mediated Communication* 27, no. 5 (September 2022): zmac014, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac014>.

⁶⁴“Automatically Collected Information TikTok”, “Privacy Policy,” terakhir diperbarui Juli 8, 2025, <https://www.tiktok.com/legal/page/row/privacy-policy/en>.

hanya menjadi permukaan dari praktik pengumpulan data yang jauh lebih mendalam di lapangan.

Apabila ditinjau dari analisis terhadap *Privacy Policy* dan *ToS* TikTok, dapat dilihat bahwa sejak tahap pembuatan akun, platform ini telah melakukan praktik pengumpulan data pengguna secara ekstensif. Pada tahap awal, TikTok menghimpun detail profil dasar seperti alamat surat elektronik (surel), nomor telepon, dan foto profil. Namun, di luar data tersebut, platform juga memanfaatkan teknologi canggih, termasuk sistem pengenalan wajah (*facial recognition systems*), analisis pola suara (*voice pattern analysis*), pemetaan perilaku pengguna (*user behavior mapping*), pelacakan preferensi konten (*content preference tracking*), serta metrik interaksi akun (*account interaction metrics*). Lebih lanjut, TikTok turut mengumpulkan data biometrik seperti *faceprints* dan *voiceprints*, yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi serta menganalisis karakteristik unik setiap pengguna. Tidak hanya itu, data teknis perangkat juga dikumpulkan secara menyeluruh melalui berbagai *touchpoints*, mencakup spesifikasi perangkat, detail sistem operasi, data koneksi jaringan, *unique device identifiers*, hingga metrik performa aplikasi. Yang lebih mengkhawatirkan, pemantauan teknis ini tetap berlangsung di latar belakang bahkan ketika aplikasi tidak sedang digunakan, sehingga memungkinkan TikTok untuk terus menghimpun data tanpa interaksi aktif pengguna.⁶⁵

Metode pelacakan perilaku (*behavioral tracking methods*) yang diterapkan TikTok juga sangat kompleks. Platform ini berbagai aspek interaksi pengguna, mulai dari durasi menonton, tingkat penyelesaian video, pola keterlibatan (seperti *likes*, *shares*, dan komentar), hingga kebiasaan pembuatan konten. TikTok bahkan melacak perilaku lintas platform melalui penggunaan *tracking pixels*. Lebih jauh lagi, akses terhadap data lokasi dan kontak pengguna menimbulkan sifat yang sangat invasif. TikTok memanfaatkan data GPS untuk melacak lokasi, memantau Alamat IP, menganalisis daftar kontak, serta memetakan jaringan hubungan sosial, yang kemudian digunakan untuk keperluan *geographic targeting*. Meskipun tersedia opsi pengaturan privasi, sejumlah fungsi pelacakan utama tetap aktif secara default. Selain itu, TikTok juga memperoleh data dari sumber eksternal, termasuk platform media sosial lain yang

⁶⁵Keith Kakadia, "TikTok Privacy Concerns: A Guide to Data Collection & Risk," *SociallyIn*, diakses pada 15 Agustus 2025, <https://sociallyin.com/resources/TikTok-privacy-concerns/>.

terhubung dengan akun pengguna, mitra periklanan, maupun *TikTok Pixel* yang tertanam pada situs eksternal.⁶⁶

Atas dasar kompleksitas metode pelacakan tersebut, penting untuk menelaah bagaimana TikTok secara resmi merumuskan kebijakan pengumpulan data dalam *Privacy Policy*, yang memberikan gambaran umum mengenai sumber, jenis, dan lingkup informasi yang dihimpun. Secara formal, *Privacy Policy* TikTok mengkategorikan data yang dikumpulkan ke dalam tiga kelompok utama: (i) informasi yang secara sukarela diberikan pengguna (misalnya alamat email, nomor telepon, atau konten yang diunggah), (ii) informasi yang diperoleh dari pihak ketiga (seperti mitra bisnis atau platform eksternal), dan (iii) informasi yang dikumpulkan secara otomatis (mencakup data perangkat, lokasi, dan analitik penggunaan).⁶⁷ Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa TikTok menerapkan strategi pengumpulan data yang bersifat hampir menyeluruh, termasuk melalui praktik yang menyerupai *keylogging* sehingga memungkinkan pemantauan aktivitas pengguna bahkan di luar aplikasi.⁶⁸ Temuan ini menegaskan bahwa sistem rekomendasi konten TikTok bertumpu pada mekanisme pengumpulan data berskala masif, yang pada saat yang sama menimbulkan persoalan serius terkait privasi, keamanan data, dan perlindungan pengguna.

d. Pemrosesan Data Pribadi oleh Algoritma TikTok (Perspektif UU PDP)

Jenis Data Pribadi dalam konteks pengumpulan informasi secara otomatis oleh TikTok (*automatically collected information*) tidak hanya mencakup informasi yang secara sadar diberikan oleh pengguna, melainkan data yang diciptakan atau disimpulkan oleh sistem algoritma TikTok. UU PDP mengenal dua jenis Data Pribadi, yaitu umum dan spesifik sesuai rincian Pasal 4 UU PDP. Sistem AI yang digunakan TikTok mengambil secara otomatis Data Pribadi yang bersifat umum. Sistem ini bekerja dengan menggabungkan berbagai informasi pengguna yang tampaknya “non-pribadi” untuk membangun profil pengguna yang sangat terperinci, yang pada akhirnya membuat individu tersebut “dapat diidentifikasi.” Secara teknis, algoritma TikTok menggunakan *machine learning*, *computer vision*, dan NLP untuk menganalisis setiap

⁶⁶*Ibid.*

⁶⁷Kateryna Hanko, “TikTok Data Collection: What It Knows and Shares About Users,” *Clario*, November 18, 2022, <https://clario.co/blog/tiktok-data>.

⁶⁸Kat Krause, “TikTok’s In-App Browser Could Be Keylogging, Privacy Analysis Warns,” *TechCrunch*, August 19, 2022, <https://techcrunch.com/2022/08/19/tiktok-fb-in-app-browser-tracking-analysis>.

aktivitas pengguna, mulai dari jenis video yang ditonton, durasi menonton, hingga interaksi pengguna yang mencakup suka, komentar, dan berbagi. Melalui proses yang dikenal sebagai *content-based filtering* dan *collaborative filtering*, AI mengidentifikasi pola dan korelasi untuk memprediksi preferensi, minat, perilaku, dan bahkan mungkin atribut demografis pengguna.⁶⁹ Penjelasan mengenai jenis Data Pribadi dan cara pengumpulan otomatis oleh AI TikTok menjadi landasan bagi pemahaman lebih lanjut terhadap metode pengambilan dan pengolahan data yang diatur secara rinci dalam Pasal 8 RPP UU PDP.

Pasal 8 RPP UU PDP memberikan elaborasi lebih lanjut mengenai metode pengambilan jenis data dengan sistem AI TikTok tersebut, yang disebut sebagai *inferred information* oleh TikTok, sebagai "referensi pemetaan" (menghubungkan data unik yang berbeda di sistem yang berbeda) dan "*triangulation*" (menghubungkan data unik dengan beberapa data lain untuk menemukan irisan yang mengidentifikasi seseorang). Dalam Kebijakan Privasi TikTok per 2 Juni 2025, TikTok mengumpulkan enam kategori Informasi yang Dikumpulkan Secara Otomatis, meliputi: Informasi Pengguna dan Interaksi, Informasi yang Disimpulkan, Informasi Teknis Perangkat, Informasi Lokasi, Informasi Gambar dan Audio, serta *Cookie* dan Teknologi Serupa.⁷⁰ Kombinasi data tersebut diproses otomatis oleh AI TikTok dan secara aktif mengambil Data Pribadi Umum dan Data Pribadi Khusus. Perlu dicermati bahwa TikTok turut mengkombinasikan data yang terkesan "acak" tersebut hingga berpotensi menjadi data yang dapat mengidentifikasi seseorang. Maka dari itu, definisi hukum "Data Pribadi" tidak bersifat statis; ia berkembang seiring dengan kemampuan teknologi untuk mengidentifikasi. AI TikTok tidak hanya memproses Data Pribadi, tetapi secara aktif "menciptakannya" dengan mengubah data perilaku yang tampaknya anonim menjadi profil untuk diidentifikasi. Konsekuensinya, seluruh rangkaian data yang menjadi input bagi algoritma tersebut, serta *inferred information* yang berujung pada output personalisasi profil pengguna, harus diperlakukan sebagai Data Pribadi Umum dan Khusus yang tunduk pada seluruh ketentuan UU PDP dan EU GDPR.

⁶⁹Zelong Lu, "Personalized Marketing and Recommendation Systems on TikTok," *Advances in Economics, Management, and Political Sciences* 88, no. 1 (2024): 47-49.

⁷⁰TikTok, *Privacy Policy*, terakhir diperbarui 2 Juni 2025, diakses 9 September 2025, TikTok.com, <https://www.tiktok.com/legal/page/row/privacy-policy/id>.

C. Analisis

1. Personalisasi Data: Pilihan atau Paksaan

Personalisasi data pada platform sosial media termasuk TikTok digunakan untuk meningkatkan keterlibatan dan aktivitas yang relevan dengan pelanggan, ditujukan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap layanan.⁷¹ Pada dasarnya, personalisasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang diberikan oleh pelanggan atas dasar *consent*. Akan tetapi, hal ini menjadi suatu pertanyaan ketika terdapat data yang tidak diberikan atas dasar *consent* secara penuh. Secara teorinya, penggunaan Data Pribadi tidak boleh melebihi dari bagian yang diberikan persetujuan dari pemilik data tersebut untuk digunakan.⁷² Suatu Data Pribadi tidak boleh diperoleh dan digunakan untuk suatu kepentingan tanpa sepengetahuan dari pemilik Data Pribadi tersebut, dimaksudkan untuk menjaga privasi dari pemilik data tersebut. Hal ini juga tercantum pada Pasal 26 ayat (1) UU ITE bahwa penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut Data Pribadi seseorang harus berdasarkan persetujuan dari orang tersebut.⁷³ Dasar persetujuan ini juga diatur lebih lanjut pada Pasal 20 UU PDP bahwa dasar pemrosesan Data Pribadi diperlukan persetujuan yang sah secara eksplisit.⁷⁴ Pemrosesan ini harus disesuaikan dengan tujuan yang telah disampaikan kepada pemilik Data Pribadi, tidak boleh melebihi tujuan yang telah disampaikan dalam “perjanjian” antara pengendali Data Pribadi dengan Subjek Data Pribadi.⁷⁵

Dalam penggunaan sosial media, para pengguna telah memahami bahwa persetujuan penggunaan data yang diminta akan digunakan oleh sosial media. Persetujuan terjadi ketika para pengguna mengklik tanda centang pada ToS TikTok sebelum menggunakan aplikasi tersebut. ToS dianggap valid apabila *developer* media sosial, khususnya TikTok, telah menginformasikan tujuan dari pengumpulan dan penggunaan Data Pribadi. Tindakan ini menciptakan suatu perjanjian antara TikTok

⁷¹ MySertifikasi, “Meningkatkan Pelanggan dengan Personalisasi Berdasarkan Data,” diakses pada 1 September 2025, <https://mysertifikasi.com/meningkatkan-pelanggan-dengan-personalisasi-berdasarkan-data/>.

⁷² Elvina Putri Maheswari dan Sidi Ahyar Wiraguna, “Urgensi Persetujuan Pemilik Data dalam Pengelolaan Data Pribadi oleh Platform Digital,” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik* 2, no. 4 (April–Juni 2025): 908, <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/2498>.

⁷³ *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* sebagaimana telah diubah dengan *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016*, Pasal 26 ayat (1).

⁷⁴ *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 20.

⁷⁵ *Ibid.*

Inc. dengan pemilik Data Pribadi, yaitu secara spesifiknya penggunaan Data Pribadi yang diberikan dan tersimpan dalam *database* TikTok hanya digunakan untuk sesuai dengan tujuan relevan didasarkan pada kesepakatan ToS.⁷⁶ Akan tetapi, hal yang menjadi pembeda pada perjanjian biasa yaitu kaitannya dengan Perlindungan Data Pribadi, bila sewaktu-waktu persetujuan ditarik kembali oleh mereka sekalipun sudah diberikan oleh pengguna maka tidak mempengaruhi kesepakatan ToS.⁷⁷

Ketika persetujuan tersebut ditarik, maka *developer* TikTok wajib menghentikan segala bentuk kegiatan pemrosesan Data Pribadi sesuai Pasal 40 UU PDP.⁷⁸ Secara normatif pun, ketentuan tersebut seharusnya memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, serta tidak boleh klausul yang melepaskan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana dilarang oleh Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (**UUPK**). Hal ini dimaksudkan untuk mencegah adanya penyalahgunaan Data Pribadi tanpa persetujuan dari pengguna dan melindungi hak setiap orang untuk mendapatkan privasi atas data mengenai dirinya. Bahkan, seharusnya sosial media maupun media informasi lainnya memberikan pilihan kepada pengguna dalam penggunaan platform tersebut dengan dua opsi, yaitu setuju untuk memberikan data spesifik yang diperlukan atau membayar sejumlah harga untuk tetap dapat mengakses layanan dengan tidak memberikan data pribadinya.⁷⁹ Opsi membayar sejumlah harga biasanya cukup familiar dengan istilah berlangganan, dimana pengguna dapat mengakses layanan tertentu yang dipilihnya.

Namun, apabila ditilik lebih lanjut, persetujuan tersebut tidak diberikan oleh pengguna atau pemilik Data Pribadi atas kesadaran secara penuh. ToS TikTok memiliki karakteristik sebagai perjanjian adhesi dengan mekanisme “*take it or leave it*,” di mana pengguna hanya dapat menerima atau menolak secara keseluruhan tanpa ruang negosiasi.⁸⁰ Hal ini juga tidak sesuai dengan pengertian perjanjian pada Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (**KUHPer**) yaitu suatu perbuatan hukum

⁷⁶M. Naufal Abdullah, “Tanggung Jawab Perusahaan TikTok terhadap Kebocoran Kerahasiaan Data Pribadi Konsumen,” *Skripsi Hukum Perdata Bisnis Universitas Udayana*, hlm. 23, <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/190552/1/Muhammad%20Naufal%20Abdullah.pdf>.

⁷⁷*Ibid.*

⁷⁸*Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 40.

⁷⁹EDPB, “Opinion of the Board (Art. 64),” [EDPB.Europa.EU](https://www.edpb.europa.eu/system/files/2024-04/edpb_opinion_202408_consentorpay_en.pdf), diakses pada 10 September 2025, https://www.edpb.europa.eu/system/files/2024-04/edpb_opinion_202408_consentorpay_en.pdf

⁸⁰European Consumer Organisation (BEUC), *TikTok Without Filters: A Consumer Law Analysis of TikTok’s Policies and Practices*, BEUC-X-2021-012 (Brussels: BEUC, 2021), https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-012_tiktok_without_filters.pdf.

dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih, dapat diartikan bahwa diperlukan adanya kesepakatan sebagai unsur mutlak suatu perjanjian.⁸¹ Sebagai perjanjian standar, klausul-klausulnya ditetapkan sepihak oleh TikTok dan bahkan bersifat dapat diubah sepihak, karena perusahaan dapat sewaktu-waktu mengubah ketentuan dengan penggunaan berkelanjutan dianggap sebagai bentuk persetujuan atas perubahan tersebut. Secara singkatnya, penawaran pilihan pertama dalam ToS dari TikTok adalah menyetujui secara mutlak seluruh ketentuan mereka atau pilihan kedua adalah tidak dapat mengakses dan menggunakan media sosial sama sekali.

Permasalahan lain yang cukup menjadi persoalan adalah ketika pihak sosial media, seperti TikTok, tidak bertanggung jawab atas pengumpulan atau penggunaan Data Pribadi diluar dari yang dipaparkan dalam ToS atau aktivitas yang telah dijelaskan tersebut. Bahkan, pada ToS TikTok justru termuat sejumlah klausul yang bermasalah dan berpotensi merugikan kepentingan pengguna. Salah satu contohnya adalah **klausul eksonerasi** yang menyatakan bahwa “TikTok tidak dapat menjamin keamanan informasi pengguna yang ditransmisikan melalui platform, sehingga pengguna sendiri yang menanggung risiko dari setiap transmisi.” Klausul ini pada dasarnya menunjukkan bahwa TikTok berupaya melepaskan tanggung jawabnya atas Perlindungan Data Pribadi, sekaligus mengalihkan seluruh risiko keamanan data kepada pengguna. Padahal, ketentuan tersebut bertentangan dengan Pasal 18 ayat (1) UUPK yang secara tegas melarang pelaku usaha mencantumkan klausul yang membebaskan diri dari tanggung jawab.⁸² Bahkan seharusnya terdapat keharusan bagi perusahaan untuk mengemukakan informasi yang jelas mengenai retensi Data Pribadi yang akan dilakukan pada setiap periode terhadap Data Pribadi milik pengguna. Sebenarnya retensi ini dapat menjadi suatu ukuran terhadap pengelolaan dan Perlindungan Data Pribadi yang telah diberikan oleh pengguna sekaligus jaminan atas persetujuan ToS tersebut. Akan tetapi, platform sosial media seringkali tidak memfokuskan rangkaian proses retensi tersebut terhadap sistem *databasenya*.

Lebih lanjut, klausul tersebut juga tidak sejalan dengan prinsip-prinsip **Perlindungan Data Pribadi** sebagaimana diatur dalam Permenkominfo No.20 Tahun

⁸¹*Ibid.*

⁸²Reni Agustin dan Arikha Saputra, “Analisis Klausula Eksonerasi dalam Syarat dan Ketentuan Aplikasi TikTok,” *LEGAL BRIEF* 11, No. 2 (2022): Artikel 284, <https://doi.org/10.35335/legal.v11i2.284>.

2016.⁸³ Secara khusus, Pasal 9 ayat (3) menegaskan bahwa apabila persetujuan tidak mencakup pengungkapan kerahasiaan Data Pribadi, maka setiap pihak yang memperoleh dan mengumpulkan data, termasuk penyelenggara sistem elektronik, wajib menjaga kerahasiaannya.⁸⁴ Ketentuan ini dipertegas oleh Pasal 28 huruf b, yang mewajibkan penyelenggara untuk “*menjaga kebenaran, keabsahan, kerahasiaan, keakuratan, dan relevansi serta kesesuaian dengan tujuan perolehan, pengumpulan, pengolahan, penganalisisan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebarluasan, dan pemusnahan Data Pribadi.*”

Di sisi lain, terdapat juga pertanyaan mengenai keamanan penyimpanan Data Pribadi apabila sistem personalisasi di media internet akan terhubung dengan sosial media TikTok untuk mencapai efektivitas analisis. Terjadi suatu tindakan mentransfer Data Pribadi seseorang pada perusahaan lain tanpa adanya persetujuan dari pemilik data bersangkutan. Hal ini memberikan suatu kesimpulan bahwa apapun aktivitas yang dilakukan akan direkam dan disimpan dalam *database* sistem personalisasi berbasis AI yang tidak sesuai dengan persetujuan awal di mana hanya mencakup Data Pribadi tertentu saja. Privasi dan Perlindungan Data Pribadi para pengguna menjadi suatu konsernitas atas penyimpanan berbagai data tanpa diketahui secara jelas tujuannya. Personalisasi data atas dasar penyetujuan terhadap ToS menjadi suatu isu perdebatan mengenai letak Perlindungan Data Pribadi sekalipun telah diberikan persetujuan. Atas dasar permasalahan tersebut, ToS TikTok dapat dipandang sebagai kontrak baku yang merugikan pengguna sekaligus berpotensi melanggar ketentuan hukum nasional mengenai perlindungan konsumen dan Data Pribadi.

2. Konsen yang Tidak Tercantum pada Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi

Persetujuan yang diberikan oleh para pengguna dalam pengumpulan Data Pribadi selama penggunaan dalam sosial media digunakan seharusnya dapat dibatalkan kapan saja apabila pengguna sudah tidak bersedia. Pengguna juga seharusnya dapat mengubah informasi yang ingin diberikan kapan saja dalam sosial media. Hal ini pada dasarnya tercantum pada GDPR bahwa dalam pengumpulan dan penggunaan Data

⁸³*Ibid.*,18.

⁸⁴*Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik*, Pasal 28.

Pribadi yang telah disetujui oleh pemiliknya dapat ditarik kembali sewaktu-waktu, tercantum pada Pasal 7 ayat (3) GDPR.⁸⁵ Artinya, dalam penggunaan sosial media, pengguna atau pemilik Data Pribadi dapat sewaktu-waktu menghapus Data Pribadi tertentu yang dirasa tidak ingin disimpan lebih lama atau terdata dalam akun sosial media tersebut. Meskipun terjadi kondisi di mana pengguna atau pemilik Data Pribadi tidak menghapus atau menarik kembali persetujuan atas data-data tertentu, terdapat jenis data yang seharusnya tidak diminta atau dihapus secara otomatis dari *database system* oleh perusahaan sosial media. Terdapat prinsip yang didasarkan pada pengaturan GDPR bahwa persetujuan tidak akan dianggap diberikan secara bebas jika seseorang ditawari layanan yang membutuhkan persetujuannya untuk aktivitas pemrosesan, tidak diperbolehkan menyetujui secara terpisah berbagai jenis aktivitas pemrosesan, dan terdapat suatu ketidakseimbangan yang jelas antara organisasi atau perusahaan dengan individu.⁸⁶

Maka dari itu, perusahaan tidak dapat secara otomatis mendapatkan persetujuan pemrosesan Data Pribadi secara penuh dengan hanya didasarkan pada persetujuan ToS. Terdapat Data Pribadi, sekalipun secara tersirat ataupun tersurat, tercantum pada sosial media yang tidak boleh dianalisis atau dimasukkan ke *database*. Data Pribadi yang sensitif dapat terbentuk ketika pengguna atau pemilik Data Pribadi melakukan suatu aktivitas tertentu pada sosial media dan dikombinasikan sedemikian rupa sehingga dapat menganalisis berbagai informasi seperti kondisi finansial, kesehatan, dan orientasi politik. Data tersebut merupakan Data Pribadi sensitif yang tidak boleh diketahui oleh orang lain tanpa persetujuan orang lain, sekalipun digunakan untuk menciptakan relevansi konten tertentu. Hal ini diperlukan untuk mencegah adanya penyimpanan Data Pribadi yang cenderung dapat disalahgunakan. Apabila diperhatikan pun, pemerintah Uni Eropa menerapkan mekanisme *opt in* dan *opt out* tersebut pada setiap platform sosial media yang digunakan di wilayahnya atas dasar prinsip tersebut. Mekanisme *opt in* adalah suatu perusahaan, terlebih platform sosial media, harus memperoleh persetujuan pengguna akan dengan memilih data mereka yang akan dikumpulkan dan digunakan serta hanya ditujukan untuk pemberian

⁸⁵European Union, *General Data Protection Regulation*, Regulation (EU) 2016/679, art. 7(3).

⁸⁶University of Oxford, “GDP Consent Requirements,” *University of Oxford*, diakses pada 30 Agustus 2025, <https://researchsupport.admin.ox.ac.uk/policy/data/consent>.

layanan.⁸⁷ Sedangkan, mekanisme *opt out* adalah mekanisme ketika pengguna dapat memilih untuk keluar atau tidak disertakan pada suatu kegiatan layanan perusahaan tersebut.⁸⁸ Salah satu contoh dari pelaksanaan mekanisme *opt out* ini adalah uji coba AI khususnya pada pemberian opsi oleh Metapada pengguna untuk menolak datanya digunakan dalam uji coba tersebut.⁸⁹ Dalam hal ini, pengguna dapat menolak pemetaan profil daring atau iklan bertarget dan perusahaan harus berhenti memproses data pribadi mereka dengan hak mutlak bagi pengguna.⁹⁰ Kedua mekanisme ini memang belum sempurna dalam menjaga privasi data pribadi pengguna, tetapi melalui mekanisme ini terdapat batas-batas tertentu bagi perusahaan dalam mengakses data pribadi.

Konsep ini akan berbeda apabila melihat dari UU PDP yang ada di Indonesia, terdapat ketiadaan pengaturan secara eksplisit pada kedua mekanisme tersebut. Saat ini diketahui bahwa hampir sekitar 85% isi dari UU PDP di Indonesia merupakan hasil dari referensi terhadap GDPR dengan catatan terdapat beberapa isi penting dari GDPR yang tidak ada. Bila menilik lebih lanjut, salah satu hal penting yang tidak tercantum dalam UU PDP adalah mengenai mekanisme *opt in* dan *opt out* dalam sosial media. Pengaturan mendasar mengenai hal ini tidak diatur secara konkrit dalam UU PDP sampai saat ini, hanya bereferensi pada prinsip umum Perlindungan Data Pribadi yang seringkali tidak terealisasikan secara nyata. Perlindungan pengguna sejauh ini diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 (**PP No. 80/2019**) tetapi dapat dikatakan bahwa standar yang ada tidak benar-benar mengatur mengenai mekanisme *opt in* dan *opt out*.⁹¹ Tanpa adanya ketentuan ini, terjadi dampak signifikan terhadap pengaturan mengenai “persetujuan” pemrosesan Data Pribadi dalam penggunaan sosial media di Indonesia. Para pengguna seperti tidak memiliki pilihan untuk menyetujui segala permintaan Data Pribadi yang diminta dan tidak dapat menarik kembali sewaktu-waktu tidak lagi memberikan persetujuan. Hampir seluruh proses pengumpulan Data Pribadi tidak terdapat pilihan untuk menghapus atau memilih data

⁸⁷Human Rights Watch, “Peraturan Perlindungan Data Umum Uni Eropa,” *HRW*, diakses pada 8 September 2025 <https://www.hrw.org/id/news/2018/06/06/318734>.

⁸⁸Ajeng Retno Ningrum, “Meta Latih AI dengan Data Publik Eropa Fitur Opt-Out jadi Perdebatan Panas,” *PojokSatu.Id*, diakses pada 8 September 2025, <https://www.pojoksatu.id/teknologi/1085886854/meta-latih-al-dengan-data-publik-eropa-fitur-opt-out-jadi-perdebatan-panas?page=2>

⁸⁹*Ibid.*

⁹⁰*Ibid.*

⁹¹SIP Law Firm, "Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam E-Commerce: Kewajiban, Hak, dan Tanggung Jawab," diakses pada 27 Agustus 2025, <https://siplawfirm.id/data-prabadi-konsumen/?lang=id>.

tertentu saja yang dapat disimpan oleh sistem. Pengguna atau pemilik Data Pribadi seringkali tidak berada dalam posisi seimbang dengan penyelenggara sosial media perihal pertanggungjawaban yang biasanya akan didalihkan bahwa ToS sosial media tersebut telah disetujui.

Pemilik Data Pribadi atau pengguna sosial media tersebut juga tidak mengetahui sejauh mana proses analisis data pribadi atau dapat dianggap sebagai “pembacaan” Data Pribadi mereka dari segala aktivitas sosial yang dilakukan. “Pembacaan” aktivitas seringkali dilakukan melebihi pernyataan dalam ToS. Atas dasar ketidakterbukaan tersebut, pemilik Data Pribadi atau pengguna sosial media seringkali tidak menyadari bahwa dari segala bentuk kombinasi Data Pribadi umum dan aktivitas yang dilakukan selama pemakaian aplikasi dapat berujung pada perolehan Data Pribadi sensitif. Data Pribadi sensitif ini seharusnya tidak dapat diperoleh dan digunakan selain dari pemilik Data Pribadi tersebut atau terdapat suatu keadaan darurat yang mengharuskan pemrosesannya. Telah terjadi ketidaksesuaian pada beberapa prinsip mendasar baik dalam UU PDP dan GDPR dengan implementasinya secara umum.

D. Studi Kasus

Perlindungan privasi pengguna TikTok terkait data yang teridentifikasi melalui keberadaan *profiling* adalah bagian dari pengadopsian hukum di era digitalisasi. Hal ini selaras dengan teori hukum pembangunan yang menjelaskan bahwasanya *law as a tool of social*, yaitu hukum tidaklah bersifat statis dan normatif, tetapi perlu bersifat progresif dan responsif dalam menghadapi menghadapi segala dinamika dalam lingkup masyarakat. UU PDP telah menetapkan bahwasanya kombinasi atas data individu yang teridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang tinggi atas hak privasi sehingga perlu untuk dilindungi. Selain itu, kombinasi data dalam identifikasi individu tergolong sebagai privasi yang dilindungi secara transparan, terbatas, dan sah sebagaimana Pasal 4 ayat (3). Adapun pengumpulan data pada TikTok tidak hanya berisikan informasi secara langsung yang diberikan secara sadar oleh para penggunanya, melainkan juga berupa interaksi dan data aktivitas mencakup preferensi, reaksi, hingga waktu dalam penggunaan platform tersebut. Hal ini menjadikan seluruh kombinasi tersebut akan menghasilkan gambaran yang berkaitan dengan ciri atau karakteristik pengguna,

memungkinkan terjadinya risiko pemanfaatan data untuk diskriminasi maupun manipulasi algoritmik.⁹²

Tak hanya itu, terdapat kekurangan lain dalam pengumpulan data pengguna oleh TikTok dalam perspektif UU PDP ialah terkait transparansi yang belum optimal mengenai pemanfaatan dan penggunaan data oleh pihak pengendali. Sebenarnya, UU PDP telah mengatur prinsip yang mampu dijadikan sebagai landasan atas perlindungan data terkait pemrosesan dalam segi hukum berupa prinsip Hak Subjek untuk Memperoleh Informasi yang Transparan dan Akurat pada Pasal 5, Pemberian Persetujuan secara Sah oleh Subjek sebagaimana tercantum pada Pasal 20 ayat (3), dan Kejelasan atas Tujuan dalam pengumpulan pemrosesan maupun penggunaan data pada Pasal 20 ayat (2). Berdasarkan hal tersebut, platform TikTok dinilai belum secara optimal menjalankan fungsi dan kewajiban sebagai pengendali data untuk memastikan bahwa data para subjek telah terlindungi dan berpotensi untuk terjadinya pelanggaran hak sebagaimana tercantum pada Pasal 5 yakni hak dalam mengendalikan dan mengetahui Data Pribadi. Tak hanya itu, pada realitasnya, TikTok belum secara menyeluruh mengimplementasikan hak para penggunanya terkait data, terutama di Indonesia yang mengacu pada UU PDP. Di sisi lain, Indonesia belum menyediakan otoritas yang secara khusus bertanggung jawab dalam perlindungan data independensi sebagaimana tercantum Pasal 58. Oleh karena itu, TikTok perlu untuk mematuhi ketetapan dan prinsip dalam UU PDP sebagai platform di ranah global, dan mengatasi aktivitas yang mengindikasikan terdapatnya ketidaksesuaian dengan banyaknya subjek yang tidak memperoleh transparansi serta kejelasan terkait proses, penyimpanan, hingga penggunaan Data Pribadi mereka secara lebih lanjut.⁹³

Persoalan lainnya ialah berkaitan dengan persetujuan, di mana TikTok memperoleh data subjek secara meluas guna kepentingan *data mining* dan memanfaatkannya sebagai langkah untuk menarik minat pengguna, seperti halnya dalam penggunaan platform tersebut akan terlebih dahulu memastikan penyetujuan atas ToS TikTok. Namun, permasalahan atas hal tersebut adalah TikTok belum mencantumkan penyesuaian kebijakan dengan seluruh komponen yang terdapat pada UU PDP Padahal

⁹²M. Fuci, "Social Media Profiling for the Development of Online Marketing Strategies," *Studies in Business and Economics* 17, no. 3 (2022): 83.

⁹³Syarifah, *et al.*, (2024, August). Implikasi Pasal 20 dan 21 Undang Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi terhadap Bank dalam Pemrosesan Data Biometrik Nasabah. In *Prosiding Seminar Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia* (Vol. 2, No. 4, hlm. 481-493).

hal ini dimaksudkan untuk basis legalitas pada platform yang akan memproses Data Pribadi disertai dengan kontrak terstandarisasi. TikTok mengakumulasi data melalui riwayat pengguna, menjadikannya memiliki akses dalam menargetkan periklanan dan informasi secara khusus bagi pengguna dengan relevansi yang selaras, memberikan kemampuan kepada TikTok untuk mengetahui berbagai aktivitas dan informasi terkait Data Pribadi dengan tujuan menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan menampilkan iklan yang telah dikustomisasi atau *Targeted Advertising*. Adapun strategi tersebut merupakan periklanan berbasis digital dengan penggunaan AI dan *behavioral targeted method* guna memperoleh informasi atas data kunjungan situs disertai pemberian stimulus atau arahan terhadap informasi produk yang berasal dari *marketplace* tertentu.⁹⁴

Lebih lanjut mengenai ilustrasi yang relevan dengan isu persetujuan dan *data-mining*, Otoritas Privasi Australia (OAIC) pada 2023 membuka penyelidikan terhadap praktik pengumpulan TikTok, termasuk pemrosesan data biometrik serta pelacakan lintas-situs, untuk menilai apakah pemrosesan tersebut didasarkan pada persetujuan yang sah, spesifik, dan terinformasi.⁹⁵ Kasus ini menyoroti pentingnya kejelasan dalam memperoleh persetujuan pengguna, khususnya terkait penggunaan teknologi baru yang bersifat intrusif. Sorotan tersebut sejalan dengan standar GDPR yang mewajibkan persetujuan diberikan secara bebas, spesifik, terinformasi, dan tidak ambigu, serta penyampaian informasi dalam format yang ringkas, transparan, mudah dimengerti, dan mudah diakses.⁹⁶ Ketentuan ini juga konsisten dengan UU PDP yang menempatkan hak terkait persetujuan sebagai hak untuk menyetujui sekaligus menarik persetujuan kapan saja.⁹⁷

E. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan studi komparasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa penerapan Perlindungan Data Pribadi dalam perkembangan sosial media.

⁹⁴D. G. Patra, S. Priantono, dan J. Junaidi, “Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Ayu Rezeki Park Probolinggo,” *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* 2, no. 6 (2025): 942–959.

⁹⁵James Paterson, “TikTok’s Data Collection Being Scrutinised by Australia’s Privacy Watchdog,” *Senator James Paterson*, 28 Desember 2023, <https://www.senatorpaterson.com.au/news/tiktoks-data-collection-being-scrutinised-by-australias-privacy-watchdog>.

⁹⁶GDPR, Artikel 7 dan 12, tersedia di <https://gdpr-info.eu/art-7-gdpr/> dan <https://gdpr-info.eu/art-12-gdpr/> (diakses 10 September 2025).

⁹⁷*Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Pasal 9.

Terdapat beberapa hal harus ditingkatkan dan diperhatikan lebih lanjut sekalipun Indonesia telah mempunyai UU PDP, UU ITE, dan termasuk regulasi turunan terhadap pelaksanaan undang-undang tersebut, tetapi ada beberapa prinsip dalam Perlindungan Data Pribadi yang tidak tercantum. Ketidakrincian pencantuman prinsip mengenai mekanisme *opt in* dan *opt out* dan larangan mengakses dan menggunakan data yang sensitif sekalipun telah memberikan persetujuan menyebabkan mekanisme Perlindungan Data Pribadi di Indonesia belum memadai. Maka dari itu terdapat beberapa rekomendasi terhadap isu permasalahan Perlindungan Data Pribadi atas personalisasi data yang kian berkembang dengan AI. **Pertama**, adalah pembuatan rangkaian peraturan kode etik yang sistematis mengenai pemanfaatan AI dan kaitannya dengan Perlindungan Data Pribadi. Masih diperlukan adanya kode etik yang secara spesifik mengatur dan menjadi dasar serta prinsip dalam Perlindungan Data Pribadi dalam penggunaan AI terutama di sosial media. Pada dasarnya kode etik adalah pedoman tingkah laku atau aturan yang harus diikuti dan ditaati yang digunakan untuk kontrol sosial dan mencegah adanya tindakan merugikan terhadap pihak lain.⁹⁸ Pada isu privasi data pribadi, kode etik ini perlu untuk disusun secara bersama-sama oleh penasihat hukum dan maupun perwakilan masyarakat untuk menghasilkan suatu produk sistematis dan relevan dengan kondisi yang dialami secara nyata. Hal ini untuk meningkatkan relevansi rumusan dari kode etik yang disusun telah disesuaikan dengan praktik pelaksanaan bila diterapkan pada aturan pengelolaan perusahaan sehingga dapat diimplementasikan secara efektif sekaligus realistik.⁹⁹ Melalui penyusunan yang komprehensif dan pengaturan sistematis, kode etik ini dapat menjadi dasar prinsip hukum dalam penggunaan Data Pribadi dalam sosial media sekalipun ToS setiap sosial media berbeda. **Kedua**, diperlukan adanya suatu Komisi Kode Etik AI dan Perlindungan Data Pribadi terutama dalam lingkung telekomunikasi untuk mengawasi, meninjau, serta mengevaluasi provider sosial media di Indonesia. Komisi Kode Etik ini diperlukan untuk memastikan bahwa kode etik mengenai komisi kode etik yang masih berada dalam lingkup Kementerian Komunikasi dan Digital (**Komdigi**), selaku kementerian yang mengawasi pelaksanaan kegiatan informasi dan teknologi di

⁹⁸Fahri Zulfikar, “Apa yang Dimaksud dengan Kode Etik? Ini Tujuan Beserta Fungsinya,” *DetikEdu*, diakses pada 8 September 2025, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5632181/apa-yang-dimaksud-dengan-kode-etik-ini-tujuan-beserta-fungsinya>.

⁹⁹OS Selnajaya, “Pedoman Perlindungan Informasi Pribadi,” *OS Selnajaya*, diakses pada 8 September 2025, <https://www.os-selnajaya.com/id-ID/privacy/>.

Indonesia, untuk mengawasi pelaksanaan dari penerapan Perlindungan Data Pribadi dalam penggunaan sosial media. Hal ini juga akan mengefektifkan pengendalian penggunaan AI dalam sosial media dan media informasi lainnya agar sesuai dengan Kode Etik.

Ketiga, perlu adanya edukasi, sosialisasi, dan pemeriksaan secara berkala yang dapat dilakukan oleh Komdigi untuk memastikan bahwa Data Pribadi yang digunakan dalam sosial media terutama dalam penyimpanan dan penggunaan untuk personalisasi berbasis AI tidak melanggar kode etik maupun UU PDP dan UU ITE. Pemeriksaan secara berkala diperlukan dalam rangka pengecekan kurun waktu retensi Data Pribadi secara berkala. Hal ini untuk mencegah adanya penyalahgunaan atau penyimpanan Data Pribadi terutama data yang sensitif terlalu dalam sistem database sosial media untuk personalisasi dan aktivitas lainnya. **Keempat**, diperlukan adanya mekanisme *opt in* dan *opt out* maupun *consent or pay* di Indonesia yang dimaksudkan untuk menjaga privasi dan Perlindungan Data Pribadi pengguna. Selama penggunaan sosial media, pengguna harus diberikan pilihan mengenai data pribadi yang akan diproses dan digunakan maupun pilihan penggunaan layanan tertentu. Apabila pengguna menarik kembali persetujuannya, maka data tersebut harus dihapuskan dari database sistem sosial media. Pengguna juga memiliki hak untuk menghapus suatu data yang dirasa privasi atau tidak ingin tercantum lagi dalam akun sosial medianya maupun database. Mekanisme menawarkan layanan tertentu dengan metode *consent or pay* juga perlu mulai diterapkan lebih lanjut untuk tidak membatasi pengguna harus menyetujui ToS yang ada. Di sisi lain, bila hak mendasar dari pengguna dilanggar, diperlukan adanya mekanisme pelaporan yang mumpuni. Pelaporan dapat diberikan kepada Komisi Kode Etik yang berada dibawah Komdigi agar dapat segera ditindaklanjuti. Hal ini merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena pada hakikatnya perlindungan atas privasi seseorang terhadap Data Pribadinya adalah bagian dari HAM dan hak perlindungan mendasar setiap orang yang tidak dapat dilanggar atau disalahgunakan.

F. Kesimpulan

Penggunaan personalisasi data dalam platform sosial media memang menguntungkan karena dapat meningkatkan relevansi konten bagi pengguna. Namun, personalisasi data memerlukan pemanfaatan data pribadi melalui analisis pola perilaku

seseorang. Pemanfaatan data pribadi ini umumnya didasarkan pada persetujuan pengguna melalui ToS platform sosial media seperti TikTok. Akan tetapi, pada kenyataannya, persetujuan tersebut bersifat sepihak sehingga tidak dapat dijadikan dasar yang sah untuk penggunaan seluruh data pribadi pengguna. Lebih lanjut, terdapat beberapa data pribadi, khususnya data sensitif, yang tidak boleh disalahgunakan sekalipun ToS telah disetujui. Sayangnya, platform sosial media saat ini belum sepenuhnya menerapkan Perlindungan Data Pribadi secara menyeluruh. Bahkan, sebagian platform bekerja sama dengan pihak ketiga di internet serta melakukan “pembacaan” terhadap berbagai data pribadi pengguna untuk menghasilkan analisis yang seharusnya tidak dilakukan. Terlebih mulai diadopsinya AI dalam sistem personalisasi akan meningkatkan keakuratan serta semakin mendalamnya “pembacaan” data pribadi seseorang.

Oleh karena itu, pemerintah perlu mendorong implementasi UU PDP, termasuk pengaturan mengenai *cookies* serta pembentukan badan pengawas perlindungan data yang independen. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah memperberat sanksi terhadap pelanggaran, merancang mekanisme persetujuan yang lebih eksplisit, serta merujuk pada regulasi GDPR guna menegaskan kembali perlindungan yang lebih rinci disertai ketentuan sanksi yang lebih tegas. Hal ini sangat penting, terutama bagi platform seperti TikTok, agar meningkatkan transparansi kebijakan sekaligus pemahaman mengenai risiko terhadap privasi.

DAFTAR PUSTAKA

I. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

European Union, General Data Protection Regulation (GDPR), Regulation (EU) 2016/679
Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan
Data Pribadi dalam Sistem Elektronik, Pasal 28
Republik Indonesia. *Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Pelaksanaan Undang-
Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*.
Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang
Perlindungan Data Pribadi*. LN No. 269 Tahun 2022, TLN No. 12345. 2022.
<https://peraturan.go.id/home/uu/nomor-27-tahun-2022>.
Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan
Transaksi Elektronik*, sebagaimana telah diubah dengan *Undang-Undang Nomor 19
Tahun 2016*. LN No. 58 Tahun 2008, TLN No. 4848; LN No. 246 Tahun 2016, TLN
No. 5937. 2008/2016. <https://peraturan.go.id/home/uu/11-2008>.

II. PUBLIKASI ORGANISASI INTERNASIONAL

European Union. *Artificial Intelligence Act: A Guide*. April 7, 2025. PDF. Accessed
September 1, 2025. <https://www.twobirds.com/-/media/new-website-content/pdfs/capabilities/artificial-intelligence/european-union-artificial-intelligence-act-guide.pdf>.
EDPB. “Opinion of the Board (Art. 64).” EDPB.Europa.EU. Diakses 10 September 2025.
https://www.edpb.europa.eu/system/files/2024-04/edpb_opinion_202408_consentorpay_en.pdf.
Mildebrath, Hendrik, and Bente Daale. TikTok and EU Regulation: Legal Challenges and
Cross-Jurisdictional Insights. European Parliamentary Research Service, 2025.
OECD, Recommendation of the Council on Artificial Intelligence, OECD/LEGAL/0449

III. BUKU

Bethlehem, Daniel, et al. *The Oxford Handbook of International Trade Law*. Oxford:
Oxford University Press, 2012.
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199231928.001.0001>.
Budhijanto, Danrivanto. *Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Cyber Law &
Cyber Security*. Bandung, Jawa Barat: Pt. Refika Aditama, 2023.
Haristya, Sherly, et al. *Studi Pendahuluan: Perbandingan Rancangan Undang-Undang
Perlindungan Data Pribadi Dengan Konvensi Eropa 108+ Dan GDPR*. Jakarta: Tifa
Foundation, 2020.
Halim, A. Ridwan. *Hukum Perdata Dalam Tanya Jawab*. Jakarta, DKI Jakarta: Ghalia
Indonesia, 1986.
Martien, H. Dhoni. *Perlindungan Hukum Data Pribadi*. Kota Makassar, Sulawesi Selatan:
Mitra Ilmu, 2023.

IV. ARTIKEL/ JURNAL

- Agustin, Reni, dan Arikha Saputra. "Analisis Klausula Eksonerasi Dalam Syarat Dan Ketentuan Aplikasi TikTok." *LEGAL BRIEF* 11, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.35335/legal.v11i2.284>.
- Algamar, Muhammad Deckri, Abu Bakar Munir, and Hendro. "Prinsip Perlindungan Data Pribadi dalam UU PDP dan Relevansinya dengan GDPR." *Jurnal Cakrawala Hukum Indonesia* 14, no. 2 (2023): 548–549.
- Alamsyah, Rizki, and Sidi Ahyar Wiraguna. "Dilema Media Massa di Era Digital: Antara Perlindungan Data Pribadi dan Kebebasan Pers Dalam UU PDP." *Media Hukum Indonesia* 3, no.2 (2025). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15486207>.
- Amelia, Nabila Fitri, *et al.* "Implementasi Artificial Intelligence (AI) Dalam Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia." *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara* 2, no. 1 (Desember 1, 2023): 56–70. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i1.789>.
- Bertolaccini, Luca, *et al.* "The Significance of General Data Protection Regulation in the Compliant Data Contribution to the European Society of Thoracic Surgeons Database." *European Journal of Cardio-Thoracic Surgery* 64, no. 3 (August 17, 2023). <https://doi.org/10.1093/ejcts/ezad289>.
- Bishqemi, Kelsey, dan Michael Crowley. "TikTok vs. Instagram: Algorithm Comparison." *Journal of Student Research* 11, no. 1 (February 28, 2022). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i1.2428>.
- Chen, Xiaoxing. "Investigation on the Self-Improving Algorithm of TikTok Based on Extensive User Interactions." *Proceedings of the 1st International Conference on Engineering Management, Information Technology and Intelligence*, 2024, 227–33. <https://doi.org/10.5220/0012925100004508>.
- European Consumer Organisation (BEUC). *TikTok Without Filters: A Consumer Law Analysis of TikTok's Policies and Practices*. BEUC-X-2021-012. Brussels: BEUC, 2021. https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-012_tiktok_without_filters.pdf.
- Fuci, Mircea. "Social Media Profiling for the Development of Online Marketing Strategies." *Studies in Business and Economics* 17, no. 3 (December 1, 2022): 80–89. <https://doi.org/10.2478/sbe-2022-0047>.
- Ibrahim, Muhammad Anwar, Gema Permana Rahman, and Taufiqurrohman Syahuri. "Peranan Pengadilan Tata Usaha Negara Dalam Penyelesaian Sengketa Merek." *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara* 2, no. 1 (December 1, 2023): 45–55. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i1.786>.
- Kang, Hyunjin, and Chen Lou. "AI Agency vs. Human Agency: Understanding Human–AI Interactions on TikTok and Their Implications for User Engagement." *Journal of Computer-Mediated Communication* 27, no. 5 (August 18, 2022). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac014>.

- Lu, Zelong. "Personalized Marketing and Recommendation Systems on TikTok." *Advances in Economics, Management and Political Sciences* 88, no. 1 (June 10, 2024): 46–50. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/88/20240874>.
- Maheswari, Elvina Putri, dan Sidi Ahyar Wiraguna. "Urgensi Persetujuan Pemilik Data Dalam Pengelolaan Data Pribadi Oleh Platform Digital." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik* 2, no. 4 (2025). <https://doi.org/https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/article/view/2498>.
- Mbukut, Antonius. "Media Sosial Dan Orientasi Diri Generasi Muda Indonesia Ditinjau Dari Pemikiran Yuval Noah Harari." *Jurnal Filsafat Indonesia* 7, no. 1 (April 30, 2024): 1–10. <https://doi.org/10.23887/jfi.v7i1.67571>.
- Metzler, Hannah, dan David Garcia. "Social Drivers and Algorithmic Mechanisms on Digital Media." *Perspectives on Psychological Science* 19, no. 5 (July 19, 2023): 735–48. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>.
- Narayanan, Arvind. "Optimizing for What? Algorithmic Amplification and Society: Understand Social Media Algorithms." New York City: Knight First Amendment Institute at Columbia University, 2023. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/1h2v-pn50/download>
- Narayanan, Arvind. "Understanding Social Media Recommendation Algorithms." New York City: Knight First Amendment Institute at Columbia University, 2023. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/khdk-m460>
- Nasman, Pudji Astuti, dan Dita Perwitasari. "Etika dan Pertanggungjawaban Penggunaan Artificial Intelligence di Indonesia." *Rewang Rencang: Jurnal Hukum Lex Generalis* 5, no. 10 (2024): 5–7.
- Nasution, Thedy Hendrawan. *Perlindungan Hukum Data Pribadi Nasabah dalam Penggunaan Big Data oleh Perbankan di Indonesia (Studi Komparatif Penggunaan Data Pribadi Nasabah di Uni Eropa)*. Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2020.
- Patra, D. G., S. Priantono, dan J. Junaidi. "Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Ayu Rezeki Park Probolinggo." *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* 2, no. 6 (2025): 942–959.
- Patra, D. G., S. Priantono, dan J. Junaidi. "Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Ayu Rezeki Park Probolinggo." *CENDEKIA: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* 2, no. 6 (2025): 942–959.
- Pradana, Azaria Eda, et al. "Tantangan Kecerdasan Buatan Dalam Implikasi Kebijakan Pemerintah di Indonesia: Studi Literatur." *Jurnal Good Governance* 21, no. 1 (Maret 2025): 54–57. <https://doi.org/10.32834/gg.v21i1.889>.
- Rizki, Miyuki Fattah, and Abdul Salam. "Pertanggungjawaban Hukum Pengumpulan Data Biometrik Melalui Artificial Intelligence Tanpa Persetujuan Pemilik Data (Studi Kasus Clearview AI Inc. Di Yunani Dan Inggris)." *UI Scholars Hub*, Vol. 2, no. 2 (2023): 5–7. <https://scholarhub.ui.ac.id/lexpatri/vol2/iss2/9>.
- Rosadi, Sinta Dewi, dan Garry Gumelar Pratama. "Urgensi Perlindungan Data Privasi Dalam Era Ekonomi Digital Di Indonesia." *Veritas et Justitia* 4, no. 1 (June 28, 2018): 88–110. <https://doi.org/10.25123/vej.2916>.

- Rosadi, Sinta Dewi, *et al.* “Indonesia’s Personal Data Protection Bill, 2020: Does It Meet the Needs of the New Digital Economy?” *International Review of Law, Computers & Technology* 37, no. 1 (August 22, 2022): 78–90. <https://doi.org/10.1080/13600869.2022.2114660>.
- Simanjuntak, Predderics Hockop. “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pada Era Digital di Indonesia: Studi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Dan General Data Protection Regulation (GDPR).” *Jurnal Esensi Hukum* 6, no. 2 (2024). <https://journal.upnvj.ac.id/index.php/esensihukum/article/download/412/135>.
- Syailendra, Moody Rizqy, *et al.* “Personal Data Protection Law in Indonesia: Challenges and Opportunities.” *Indonesia Law Review* 14, no. 2 (2024). <https://scholarhub.ui.ac.id/ilrev/vol14/iss2/4>.
- Syarifah, *et al.* “Implikasi Pasal 20 dan 21 Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi terhadap Bank dalam Pemrosesan Data Biometrik Nasabah.” In *Prosiding Seminar Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, vol. 2, no. 4, 481–493. Agustus 2024.
- Tamilarasi, R., dan N. Elamathi. “E-COMMERCE-Business-Technology-Society.” *International Journal of Engineering Technologies and Management Research* 4, no. 10 (February 3, 2020): 33–41. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v4.i10.2017.103>.

V. LAIN-LAIN DARI INTERNET

- AIGN. “A UNESCO AI Ethics – Implemented with AIGN’s Societal Risk & Governance Architecture.” Accessed September 2, 2025. <https://aign.global/aign-os-the-operating-system-for-responsible-ai-governance/ai-governance-frameworks/unesco-ai-ethics-implemented-with-aigns-societal-risk-governance-architecture/>.
- Backlinko. “Social Network Usage & Growth Statistics (2025).” Backlinko, February 10, 2025. <https://backlinko.com/social-media-users>.
- Backlinko. “Tiktok Statistics You Need to Know in 2025.” Backlinko, September 2, 2025. <https://backlinko.com/tiktok-users>.
- Baldwin, Cheryl. “Data Processor and Controller: GDPR Responsibilities.” WSI, May 8, 2025. <https://www.wsiworld.com/blog/responsibilities-of-a-controller-processor-and-data-protection-officer-according-to-gdpr>.
- Hanko, Kateryna. “TikTok Data Collection: What It Knows and Shares About Users.” *Clario*. November 18, 2022. <https://clario.co/blog/tiktok-data>.
- Information Commissioner’s Office. “ICO Fines TikTok £12.7 Million for Misusing Children’s Data.” Information Commissioner’s Office, April 4, 2023. <https://ico.org.uk/about-the-ico/media-centre/news-and-blogs/2023/04/ico-fines-TikTok-127-million-for-misusing-children-s-data/>.
- Institute for Criminal Justice Reform. “Mengenal Kovenan Internasional Hak Sipil Dan Politik.” Mengenal Kovenan internasional hak sipil Dan Politik, April 3, 2021. <https://icjr.or.id/mengenal-kovenan-internasional-hak-sipil-dan-politik/>.

**PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM ALGORITMA TIKTOK:
IMPLIKASI PENERAPAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM SISTEM
PERSONALISASI SOSIAL MEDIA**

- Intersoft Consulting. "General Data Protection Regulation (GDPR)." Intersoft Consulting, April 22, 2024. <https://gdpr-info.eu/>.
- Kakadia, Keith. "Tiktok Privacy Concerns: A Guide to Data Collection & Risk." Sociallyin, July 3, 2025. <https://sociallyin.com/resources/TikTok-privacy-concerns/>.
- Kemp, Simon. "Digital 2025: The State of Social Media in 2025 - DataReportal – Global Digital Insights." DataReportal, June 30, 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social>.
- Krause, Kat. "TikTok's In-App Brower Could Be Keylogging, Privacy Analysis Warns." TechCrunch. August 19, 2022. <https://techcrunch.com/2022/08/19/tiktok-fb-in-app-browser-tracking-analysis>.
- Lobo, Monpi Neog. "Controller, Processor & Data Protection Responsibilities." WSIworld.com, Juni 1, 2023. <https://www.wsiworld.com/blog/responsibilities-of-a-controller-processor-and-data-protection-officer-according-to-gdpr>.
- Lustarini, Mediodecci. "Kepastian Hukum Perlindungan Data Pribadi Pasca Pengesahan UU Nomor 27 Tahun 2022." Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022.
- MySertifikasi. "Meningkatkan Pelanggan Dengan Personalisasi Berdasarkan Data." MySertifikasi, January 16, 2025. <https://mysertifikasi.com/meningkatkan-pelanggan-dengan-personalisasi-berdasarkan-data/>.
- Naskah Akademik RUU Perlindungan Data Pribadi. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, 2020.
- Ningrum, Ajeng Retno. "Meta Latih AI Dengan Data Publik Eropa Fitur Opt-Out Jadi Perdebatan Panas." Pojok Satu, April 16, 2025. <https://www.pojoksatu.id/teknologi/1085886854/meta-latih-al-dengan-data-publik-eropa-fitur-opt-out-jadi-perdebatan-panas>.
- Okunyète, Paulina. "Hackers Claim TikTok Breach, 927,000 Passwords Might Hit the Internet." cybernews, April 24, 2025. <https://cybernews.com/security/tiktok-hack-passwords/>.
- OS SELNAJAYA. "Pedoman Perlindungan Informasi Pribadi." OS SELNAJAYA. Diakses pada September 9, 2025. <https://www.os-selnajaya.com/id-ID/privacy/>.
- Paterson, James. "TikTok's Data Collection Being Scrutinised by Australia's Privacy Watchdog." Senator James Paterson, 28 Desember 2023. <https://www.senatorpaterson.com.au/news/tiktoks-data-collection-being-scrutinised-by-australias-privacy-watchdog>.
- "Peraturan Perlindungan Data Umum Uni Eropa." Human Rights Watch, October 28, 2020. <https://www.hrw.org/id/news/2018/06/06/318734>.
- Queens University of Charlotte. "Everett Library: Misinformation on Social Media: Social Media Algorithms." Queens University of Charlotte. Diakses pada September 9, 2025. <https://library.queens.edu/misinformation-on-social-media/algorithms>.
- SIP Law Firm. "Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam E-Commerce: Kewajiban, Hak, Dan Tanggung Jawab." SIP Law Firm, November 18, 2024. <https://siplawfirm.id/data-pribadi-konsumen>.

- Stryker, Cole, and Eda Kavlakoglu. "What Is Artificial Intelligence (AI)?" IBM, July 29, 2025. <https://www.ibm.com/think/topics/artificial-intelligence>.
- TikTok. "Privacy Policy." TikTok. Diakses pada September 9, 2025. <https://www.tiktok.com/legal/page/row/privacy-policy/id>.
- University of Oxford Research Support. "GDPR Consent Requirements." University of Oxford Research Support. Diakses September 9, 2025. <https://researchsupport.admin.ox.ac.uk/policy/data/consent>.
- Zulfikar, Fahri. "Apa Yang Dimaksud Dengan Kode Etik? Ini Tujuan Beserta Fungsinya." detikedu, July 5, 2021. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5632181/apa-yang-dimaksud-dengan-kode-etik-ini-tujuan-beserta-fungsinya>.

VI. SKRIPSI

- Abdullah, M. Naufal. "Tanggung Jawab Perusahaan TikTok terhadap Kebocoran Kerahasiaan Data Pribadi Konsumen," 2021.