LEGAL MEMORANDUM

RISIKO HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA IKLAN BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DI MEDIA SOSIAL

Diajukan Oleh :

Lidia Kemela Medeli Sihite

NPM	**210514086**
Program Studi	**: Hukum Program Sarjana**
Program Kekhususan	**: Hukum Ekonomi dan Bisnis**

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2026

LEGAL MEMORANDUM

RISIKO HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA IKLAN BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DI MEDIA SOSIAL

Diajukan Oleh :

Lidia Kemela Medeli Sihite

NPM **210514086**

Program Studi **: Hukum Program Sarjana**

Program Kekhususan **: Hukum Ekonomi dan Bisnis**

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

LEGAL MEMORANDUM

RISIKO HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA IKLAN BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DI MEDIA SOSIAL

Diajukan Oleh :
Lidia Kemela Medeli Sihite

NPM	**210514086**
Program Studi	**: Hukum Program Sarjana**
Program Kekhususan	**: Hukum Ekonomi dan Bisnis**

Telah Disetujui Untuk Ujian Pendadaran Pada Tanggal
23 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Johanes Widijantoro, SH., MH.

HALAMAN PENGESAHAN

LEGAL MEMORANDUM

RISIKO HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA IKLAN BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DI MEDIA SOSIAL

Legal Memorandum ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dalam Sidang Akademik yang diselenggarakan pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 2 Juli 2026
Tempat : Ruang SAF Lt. II

Susunan Tim Penguji :		**Tanda Tangan**
Ketua	**: Dr. Y. Sari Murti Widiyastui, S.H.,M.Hum**	.....
Sekretaris	**: Dr. J. Widijantoro, S.H., M.H.**	.....
Anggota	**: Etty Indrawati, S.H., M.H.**	.....

Mengesahkan Dekan Fakultas Hukum,

Prof. Dr. Th. Anita Christiani, SH., M.Hum.

iii

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan ini penulis tentunya secara tulus ingin mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Mahakuasa atas pertolongan-Nya sehingga dapat menyelesaikan Legal Memorandum ini dengan baik. Untuk pihak lainnya yaitu:

1. Prof. Dr. Th Anita Christiani, S.H., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan mengajarkan bagaimana menyusun tugas akhir serta memberikan materi Metode Penelitian Hukum kepada penulis.
2. Bapak Dr. Johanes Widijantoro,S.H.,M.H., selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing, memberi arahan, bantuan, dan masukan yang berarti kepada penulis sehingga Legal Memorandum ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Dosen dan staf akademik Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberi dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
4. Kedua orang tua penulis yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis selama proses menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Kepada sahabat penulis, yaitu Natalie, Anindia, Jordi, Klara, Celind, dan Septi yang memberi hiburan dan masukan kepada penulis selama mengerjakan Legal Memorandum ini.
6. Kepada sahabat lama penulis, yaitu Benedikta, Regina, dan Grace yang sering memberi hiburan melalui *chat whatsapp* dan menemani penulis selama ini.
7. Kepada teman baru penulis selama masa Kuliah Kerja Nyata, yaitu Asima, Adelia, dan Tamara yang sering memberi perspektif baru dalam berbagai hal dan pengalaman kepada penulis.
8. Terakhir, kepada semua rekan penulis di Program Kekhususan 1 yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

ABSTRACT

The advancement of Artificial Intelligence, particularly Generative AI has transformed digital advertising by enabling the creation of highly realistic contents, including deepfakes. While offering marketing advantages, the use of deepfake technology in health product advertisiments raises a legal concerns when it misleads consumers through fabricated endorsements and unverified claims. This Legal Memorandum aims to analyze consumer legal protection and the liability of business actors regarding the use of deepfake technology in health product advertising under Indonesian law. The results show that the use of deepfake technology in health product advertisements my violate consumers right to obtain accurate and honest information, constitue misleading electronic information, and conflict with regulatons goverining health product advertising. This Legal Memorandum also finds that Indonesia has yet to establish spesific regulations governing the use of Generative AI in commercial advertising. Therefore, more comprehensive legal frame works and regulatory oversight are needed to ensure consumers protection and public safety in the future of digital era.

Keywords: Artificial Intelligence, Genetative AI, Deepfake, Consumer Protection, and Health Product Advertising.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

ABSTRACT v

DAFTAR ISI vi

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN vii

KASUS POSISI 1

PERTANYAAN HUKUM 8

PENELUSURAN BAHAN HUKUM 9

ANALISIS HUKUM 11

PENDAPAT HUKUM DAN REKOMENDASI 32

DAFTAR PUSTAKA 35

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

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

Yogyakarta, 15 Juli 2026

Penulis



Lidia Kemela Medeli Sihite