BAB I

KASUS POSISI

A. Fakta Hukum

Kirana adalah seorang mahasiswa yang selalu penasaran untuk membeli jenis-jenis produk yang banyak dijual di internet. Kirana sering sekali menemukan penggunaan Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) seperti dalam bentuk promosi video yang cukup menarik sehingga menghasilkan video yang menampilkan berbagai jenis produk. Kirana pada awalnya bertujuan untuk membeli produk berupa obat diabetes untuk ibunya yang sedang menderita sakit gula. Kirana sering sekali memperhatikan banyak toko di TikTok Shop agar ia bisa memilih obat mana yang akan ia beli untuk ibunya. Setelah itu, Kirana akhirnya menemukan obat diabetes yang akan ia beli.

Pada saat itu Kirana merasa tertarik dan takjub karena ada toko bernama Toko Semua Sehat di aplikasi tersebut yang membuat video iklan obat diabetes yang menjanjikan bahwa obat tersebut sudah banyak digunakan oleh ribuan pasien penderita diabetes dan menjanjikan penyakit diabetes akan sembuh dalam waktu 7 hari. Tidak hanya itu saja, di dalam video tersebut juga menampilkan tokoh nasional, yaitu Terawan Agus Putranto sebagai Mantan Menteri Kesehatan Republik Indonesia sedang mempromosikan obat

diabetes tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa obat yang dijual di Toko Semua Sehat adalah produk yang selama ini ia cari untuk penyembuhan ibunya. Kirana sebagai konsumen tentu sangat tertarik untuk membeli obat dari toko tersebut karena ia merasa informasi mengenai video promosi obat diabetes tersebut merupakan benar, apalagi menampilkan salah satu tokoh nasional. Tanpa berpikir lama, akhirnya Kirana segera membeli obat tersebut dan segera membayar melalui metode pembayaran *online*. Setelah menunggu pengiriman dalam beberapa hari, akhirnya obat diabetes yang ia beli datang dan Kirana langsung memberikannya kepada ibunya yang sedang sakit gula. Kirana berharap agar ibunya lekas sembuh agar dapat kembali beraktivitas seperti semula.

Namun, setelah rutin mengkonsumsi obat tersebut, Kirana merasakan tidak ada perubahan terhadap kondisi ibunya. Selama rutin mengkonsumsi obat tersebut selama beberapa minggu, ibunya mengalami gejala yang sama sebelum meminum obat tersebut, seperti muntah dan nafsu makan berkurang. Hal ini membuat Kirana panik dan bingung, karena ia yakin bahwa obat yang ia beli sudah pasti aman karena dalam promosi obat tersebut menjelaskan bahwa obat tersebut sudah dikonsumsi oleh ribuan pasien sekaligus ada pesan yang menampilkan tokoh nasional, yaitu Terawan Agus Putranto sedang mempromosikan obat tersebut.

Setelah kejadian yang menimpa ibunya tersebut, Kirana mencoba untuk mencari tahu mengenai obat yang dijual oleh Toko Semua Sehat tersebut. Akhirnya, ia terkejut menemukan fakta bahwa video promosi obat

tersebut adalah *deepfake* dengan menggunakan teknologi *Artificial Intelligence* untuk membuat seolah-olah obat tersebut aman untuk dikonsumsi karena dipromosikan oleh Terawan Agus Putranto selaku Mantan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Dengan adanya kejadian tersebut, Kirana merasa telah tertipu oleh produsen yang menjual obat tersebut.

Sebagaimana telah diketahui, dalam kondisi dunia yang semakin maju dan dinamis ini, banyak masyarakat menggunakan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* untuk mempermudah pekerjaan dan aktivitas sehari-hari. *Google search* merupakan *artificial intelligence* yang paling banyak digunakan saat ini termasuk asisten virtual yang dapat memberikan komunikasi dua arah serta media sosial Facebook yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi wajah dan juga mobil tanpa kemudi.[1]

Akan tetapi, di Indonesia khususnya apabila memperhatikan fenomena sosial di internet, terdapat banyak sekali pengunaan teknologi *Artificial Intelligence* yang digunakan untuk kepentingan pribadi yang dibungkus untuk tujuan komersial. Sebagai contoh, polisi membongkar penyebaran video hoaks dalam bentuk manipulasi video *deepfake* yang menyasar Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa. Dalam video tersebut, pelaku menjual motor murah dan mengatakan bahwa motor murah tersebut merupakan amanat dari sang Gubernur.[2] Seperti pada kasus Kirana

---

[1] Roida Pakpahan, 2021, "Analisa pengaruh Artificial Intelligence Dalam Kehidupan Manusia", Jurnal Sistem Informasi, Informatika, dan Komputasi, Vol 5/No-2/Desember /2021, Universitas Bina Sarana Informatika, hlm. 2.

[2] *Fatichatun Nadhiroh,* Pelaku Penipuan Deepfake Khofifah Raip Untung Rp 87 Juta Selama 3 Bulan. https://news.detik.com/berita/d-7892246/pelaku-penipuan-deepfake-khofifah-raup-untungrp-87-juta-selama-3-bulan, diakses 13 desember 2025.

yang menemukan bahwa setidaknya banyak konten media sosial yang menggunakan Teknologi *Artificial Intelligence* untuk membuat iklan yang tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh penjual di aplikasi TikTok Shop.

Pemanfaatan teknologi yang tidak digunakan secara bijak seperti halnya dengan penemuan Kirana, dapat menimbulkan ancaman berupa kecurangan dan manipulasi dalam pembuatan hoaks, yang merusak integritas informasi serta memperparah penyebaran disinformasi dan kebingungan di masyarakat.[3] Hal ini terjadi karena produsen sebagai pihak yang menjual mengakibatkan Kirana dan ibunya sebagai konsumen menjadi korban dari buruknya pemahaman produsen akan pentingnya perlindungan hak-hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Pada kasus ini, penulis menemukan beberapa bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh Toko Semua Sehat sebagai produsen, yaitu perilaku produsen yang melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4 atas informasi yang benar, jelas, dan jujur dan perilaku produsen yang melanggar aturan.

Dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa:

> "Hak Konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa."

---

[3] Christiany Juditha, 2025, "Artificial Intelligenence Dan Hoaks: Tantangan Disrupsi Bagi Literasi Digital Masyarakat Di Komunitas Online Dan Upaya Antisipasi Pemerintah)", *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, Vol. 9/No-1/Juni/2025, STMMC, hlm. 3.

Selain itu, adanya klaim palsu atau *overclaim* menggunakan video *deepfake* yang dirancang oleh produsen, maka tanggung jawab tidak dapat dipindahkan kepada teknologi. Oleh karena itu, produsen harus tunduk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya Pasal 9 yang melarang pelaku usaha untuk mengiklankan suatu produk atau jasa secara tidak benar.

Untuk peraturan perundang-udangan lainnya, penulis juga menemukan pelanggaran yang dilakukan oleh Toko Semua Sehat selaku produsen, yaitu terkait Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 34 Tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan. Dalam iklan yang dibuat oleh produsen, sudah jelas menggunakan kata-kata berunsur hiperbola (dilebih-lebihkan) agar menarik perhatian konsumen sehingga membeli obat dari toko tersebut, lalu produsen juga menampilkan tokoh publik yang tidak berkaitan dengan produk dan tidak pernah menganjurkan penggunaan produk yang ditampilkan di dalam iklan. Ini dinyatakan dalam peraturan tersebut bahwa:

> "Iklan tidak boleh diperankan oleh dan/atau memuat pernyataan, anjuran atau rekomendasi dari tokoh agama atau berperan sebagai tokoh agama, pejabat negara/pejabat publik atau berperan sebagai pejabat negara/pejabat publik."

Keamanan dan mutu produk yang dijual oleh Toko Semua Sehat juga dipertanyakan setelah kejadian yang menimpa Ibunya Kirana, yaitu munculnya keraguan mengenai legalitas dan kelayakan produk yang dijual apakah sudah menjamin untuk seluruh keamanan, mutu, dan manfaat produk tersebut dalam peredarannya sesuai dengan Peraturan BPOM Nomor 16 Tahun 2023 Tentang Pengawasan Peredaran Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan.

Penggunaan video iklan *deepfake* menggunakan teknologi berbasis *Artificial Intelligence* yang dipakai dengan tujuan untuk mempromosikan produk obat-obatan yang mana belum terbukti manfaatnya dan mutunya, maka penulis juga menemukan bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh produsen Toko Semua Sehat, yaitu menyebarkan disinformasi pelanggaran yang mengancam ruang digital dan penipuan konsumen, sesuai dengan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dinyatakan bahwa:

> "Setiap orang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian material bagi konsumen dalam transaksi dalam transaksi elektronik"

Pada bagian akhir, penulis juga menemukan bahan hukum yang dapat dijadikan jembatan antara perlindungan konsumen dan rezim hukum digital, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik untuk menilai pelanggaran iklan berbasis *deepfake* karena berkaitan langsung dengan perdagangan

elektronik, larangan menyebarkan informasi palsu, iklan yang menyesatkan, dan pertanggungjawaban pelaku usaha.