

Tinjauan Layanan Location Based Advertising Provider Telkomsel Terhadap Perlindungan Data Pribadi Konsumen = Judicial Review of Telkomsel's Location-Based Advertising Services towards Consumer Personal Data Protection

Tristan Ariobimo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519253&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi juga telah mengubah gaya hidup masyarakat, dan perekonomian telah berkembang dari ekonomi berbasis manufaktur tradisional menjadi ekonomi digital berbasis informasi. Telkomsel sebagai salah satu pelaku usaha yang bergerak dalam bidang perusahaan operator telekomunikasi seluler tentunya produk atau layanan yang diberikan akan selalu bergerak mengikuti perkembangan teknologi. Sebagai penyedia perusahaan operator telekomunikasi seluler, salah satu layanan yang diberikan Telkomsel adalah layanan Short Messaging Services ("SMS"). Dalam perkembangannya, Telkomsel mengembangkan serta menerapkan layanan Location Based Advertising yang merupakan salah satu jenis pemasaran langsung yang dibatasi pada distribusi pesan iklan yang secara khusus dirancang untuk lokasi di mana konsumen mengakses pesan tersebut. Layanan Location Based Advertising ini merupakan alternatif yang dapat menyampaikan pesan iklan di perangkat seluler, dan disaat yang sama akan menggunakan informasi di lokasi konsumen. Layanan Location Based Advertising ini pada perangkat seluler dirasa memiliki dua peluang penting bagi perusahaan. Pertama, ini ditujukan kepada konsumen secara individu, berdasarkan lokasi mereka saat ini, dan secara dinamis dipasarkan dalam waktu nyata. Kedua, Layanan Location Based Advertising ini memberikan fleksibilitas terhadap kesalahan atau adanya perubahan informasi, yang dapat diganti dengan cepat oleh akses jarak jauh. Meskipun dengan munculnya sistem media pemasaran berbasis lokasi memiliki banyak sekali manfaat praktis, tetapi hal tersebut juga dapat dianggap menggelisahkan serta meningkatkan masalah pribadi bagi penggunanya. Sistem yang menggabungkan pelacakan konsumen dan profil geografis, iklan berbasis lokasi dipandang mengganggu dan menimbulkan masalah privasi terhadap data pribadi penggunanya.

.....Technological developments have also changed people's lifestyles, and the economy has evolved from a traditional manufacturing-based economy to an information-based digital economy. Telkomsel as one of the business actors engaged in the field of mobile telecommunications operator companies, of course, the products or services provided will always have an impact with technological developments. As a provider of cellular telecommunications operator companies, one of the services provided by Telkomsel is Short Messaging Services ("SMS"). In its development, Telkomsel develops and implements Location Based Advertising services with SMS which is a type of direct marketing that is limited to the distribution of advertising messages specifically designed for the location where consumers access the message. This Location Based Advertising service is an alternative that could deliver advertising messages on mobile devices, and at the same time will use information on the location of consumers. This Location Based Advertising service on mobile devices is considered to have two important opportunities for companies. It is addressed to consumers individually, based on their current location, and dynamically marketed in real time. Location Based Advertising Service provides flexibility against errors or changes in information, which can be replaced quickly by remote access. Although the advent of location-based marketing media systems has

many practical benefits, it can also be considered disturbing and raise personal issues for users. Combining consumer tracking and geographic profiling, location-based advertising is seen as intrusive and raises privacy concerns for users' personal data.