

Perlindungan Data Pribadi Influencer Online pada Bidang Digital Marketing Dalam Instagram = The Protection of Online Influencers' Personal Data in The Area of Digital Marketing on Instagram

Jasmine Sephira Yandonita Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534389&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas perlindungan data pribadi dalam bidang Digital Marketing khususnya terhadap influencer online. Di Indonesia, teknologi sudah menjadi salah satu bagian utama dalam kehidupan sehari-hari dan digunakan sebagai banyak hal salah satunya untuk mempromosikan usaha. Data Pribadi sendiri telah dibahas dalam beberapa peraturan serta perundang-undangan yaitu dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 (UU ITE) tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik dan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Namun, di Indonesia belum terdapat pengaturan maupun pedoman dasar yang mengatur mendalam ke arah media sosial maupun digital marketing, terutama terkait domain publik dan privat. Hal tersebut lebih lengkap dijelaskan dalam pengaturan dan pedoman internasional, seperti Uni Eropa dan Amerika yang telah mengembangkan doktrin *legitimate expectations to privacy* yang dapat diimplementasikan dalam masalah ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu dengan meneliti norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, serta meneliti bahan pustaka. Dalam skripsi ini juga akan membahas mengenai implementasi peraturan perundang-undangan terkait data pribadi yang akan membantu untuk menganalisis situasi terkait pembahasan dalam skripsi ini. Penulis menemukan bahwa privasi dapat dilihat sebagai hak yang melekat yang dijamin dalam setiap hak asasi manusia. Dengan menilai sifat media sosial, kita dapat menyimpulkan bahwa sifat publik dari media sosial tergantung pada bagaimana pengguna mengontrol tingkat privasi mereka. Maka dari itu penting untuk mengetahui apakah media sosial merupakan domain publik atau privat.

.....This thesis discusses the protection of personal data in the area of Digital Marketing, especially against online influencers. In Indonesia, technology has become one of the main parts of people's daily life and is used as many things, one of which is to promote brands and businesses. Personal data itself has been discussed in several regulations and laws namely Law No. 11 of 2008 (ITE Law) regarding Information and Electronic Transactions, Minister of Communication and Information Regulation No. 20 of 2016 regarding Protection of Personal Data in Electronic Systems, and Government Regulation No. 71 of 2019 regarding the Implementation of Electronic Systems and Transactions. However, in Indonesia, there have not been any basic regulations or guidelines that govern in depth towards the area of social media and digital marketing, especially related to the discussion of public and private domains. This is more fully explained in international regulations and guidelines, such as the European Union and the United States which have developed various doctrines in which one of them is regarding *legitimate expectation to privacy* that can be implemented in this matter. This study uses normative juridical research methods, namely by examining legal norms contained in laws and regulations, as well as examining library materials. This thesis will also discuss the implementation of laws and regulations related to personal data that will help to analyze the situation related to the discussion in this thesis. The Author finds that privacy can be seen as an inherent

right that shall be guaranteed in every human right. By assessing the nature of social media, we can conclude that the public nature of social media depends on how users control their level of privacy. Therefore, it is important to know whether social media is a public or private domain