

Pengaturan Dark Patterns Sebagai Tindak Pidana Dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Risa Rifa'ul Azizah¹, Mochammad Tanzil Multazam^{2*}

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia; rrifaulazizah@gmail.com¹, tanzilmultazam@umsida.ac.id²

DOI: [https://doi.org/](https://doi.org/10.47134/jcl.v3i1.6267)

10.47134/jcl.v3i1.6267

*Correspondence: Mochammad Tanzil Multazam

Email: tanzilmultazam@umsida.ac.id

Received: 01/08/2026

Accepted: 03/08/2026

Published: 03/08/2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The development of digital technology has encouraged the use of interface design in electronic business activities including the practice of dark patterns which may influence consumer decision making through unbalanced information. This practice raises legal issues because it can reduce consumer rights to correct information and freedom of choice as regulated in Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection. This study analyzes the regulation of dark patterns within consumer protection law and examines their potential classification as criminal acts based on the Consumer Protection Law the Criminal Code Law Number 1 of 2023 and the Law on Electronic Information and Transactions. This research uses a normative legal method with a statutory approach. The results show that although not explicitly regulated dark patterns may be classified as acts of business actors that violate legal obligations and cause harm to consumers and may fulfill criminal elements under certain conditions.

Keywords: dark patterns, consumer protection, criminal acts, electronic transactions, Consumer Protection Law

Pendahuluan

Dark patterns adalah sebuah elemen desain yang dengan sengaja dibuat untuk menipu atau memanipulasi pengguna supaya melakukan suatu tindakan yang tidak mereka inginkan[1]. Teknik ini digunakan untuk memberikan keuntungan bagi pihak-pihak tertentu, biasanya pemilik *platform* digital dan taktik ini biasanya akan merugikan pengguna *platform* baik secara langsung maupun tidak langsung. *Dark patterns* sering kali ditemukan di berbagai produk digital yang digunakan secara luas, contohnya *platform media social*, aplikasi yang populer, maupun layanan *web* lainnya. Adanya perkembangan teknologi dan pergeseran focus dari hanya fungsi ke pengalaman pengguna telah membuka ruang bagi perbuatan *dark patterns*[2]. Dengan adanya desain antarmuka yang tidak hanya memperhatikan aspek fungsional, tetapi juga emosi dan perilaku pengguna justru membawa dampak negatif berupa semakin meluasnya penggunaan *dark patterns* yang berpotensi mengurangi pemahaman pengguna terhadap konsekuensi hukum dan

ekonomi dari pilihan yang diambil.[3].

Setiap pemilik usaha wajib memahami segala ketentuan dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam UU tersebut menyebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan, segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen[4]. Pada ketentuan UU perlindungan konsumen tersebut ada beberapa prinsip yang harus dihormati. Prinsip tersebut mencakup informasi yang jelas, kebebasan bagi konsumen dalam menentukan pilihan dan juga perlindungan hukum bagi pengguna. Tampilan digital yang manipulatif berpotensi menyebabkan pengambilan keputusan konsumen tanpa informasi yang seimbang sebagaimana dipersyaratkan dalam UUPK. Hal tersebut dianggap sebagai pelanggaran atas prinsip prinsip yang termuat dalam UU perlindungan konsumen. Akibatnya data pribadi milik konsumen dapat terpublikasi tanpa disadari penyebabnya[5].

Praktik *dark patterns* tidak hanya melanggar prinsip etika bisnis dan perlindungan konsumen, tetapi juga berpotensi masuk ke dalam ranah pidana apabila memenuhi unsur kesengajaan dan adanya kerugian yang nyata bagi konsumen dalam pidana[6]. Apabila desain antarmuka terbukti dirancang secara sengaja untuk menipu atau mempersulit konsumen, maka pelaku usaha dapat diproses secara pidana. Dampak dari penggunaan *dark patterns* ini sangat luas dan merugikan. Dari sisi konsumen, mereka dapat mengalami kerugian finansial akibat pembelian yang tidak disengaja, kehilangan data pribadi karena tidak adanya persetujuan yang sah serta stress dan kebingungan akibat manipulasi emosional seperti *guilt tripping* atau *false urgency*[7]. Dampak nyata dari *dark patterns* telah menjadi perhatian secara global. Salah satu kasus adalah sanksi yang dijatuhkan oleh Uni Eropa kepada platform media social TikTok pada September 2023. *Irish Data Protection Commission* (DPC) menjatuhkan denda sebesar 368 juta dolar AS (Rp6 triliun) kepada TikTok karena terbukti menggunakan *dark patterns* yang memudahkan anak-anak membagikan data pribadi mereka secara publik tanpa perlindungan memadai. Kasus ini diberitakan secara luas oleh media internasional[8].

Di Indonesia saat ini tidak ada regulasi yang secara khusus mengatur terkait kejahatan *dark patterns* ini, Sylviana et al., (2025) dalam penelitiannya menguraikan bahwa Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) di Indonesia belum secara eksplisit melarang penggunaan *dark patterns* dalam memperoleh persetujuan pemrosesan data pribadi. Mereka menekankan bahwa praktik *dark patterns* memanipulasi pengguna untuk memberikan persetujuan yang seolah sah, sehingga menimbulkan masalah keabsahan persetujuan menurut hukum perdata dan perlindungan data pribadi. Wahyuningtyas, S. Y., et al, (2023) mengatakan “Indonesia memerlukan regulasi yang lebih jelas, spesifik, dan

kolaboratif untuk perlindungan data biometrik, khususnya dalam implementasi teknologi pengenalan wajah". Keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dan pendekatan multidisiplin sangat penting untuk memastikan kemajuan teknologi tetap selaras dengan perlindungan hak dan nilai-nilai etika[9].

Selain itu, dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Jacobus Jopie Gilalo (2023), dapat disimpulkan bahwa fokus utama kajian terletak pada penerapan sanksi pidana terhadap pelaku usaha yang merugikan konsumen melalui modus penipuan dalam transaksi digital, khususnya terkait ketidaksesuaian barang yang dijual dengan yang diiklankan. Namun, jika dikaitkan dengan perkembangan praktik bisnis digital saat ini, terdapat satu aspek penting yang belum dibahas dalam penelitian tersebut, yaitu fenomena *dark patterns*[10]. Sedangkan, praktik *dark patterns* ini semakin marak digunakan dalam ekosistem *e-commerce* dan aplikasi digital dan berpotensi besar menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam konteks hukum pidana, *dark patterns* dapat dikategorikan sebagai bentuk penipuan atau perbuatan curang yang melanggar prinsip transparansi dan keadilan dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini belum mengkaji lebih jauh mengenai *dark patterns* sebagai modus kejahatan bisnis digital yang dapat dikaitkan dengan tindak pidana konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai perbuatan *dark patterns* dalam UU Perlindungan Konsumen, Penggolongan perbuatan pidana pada pelanggaran UU Perlindungan Konsumen, serta penggolongan *dark patterns* dalam perbuatan pidana.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah normative. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dengan bahan hukum primer yaitu peraturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, KUHP baru Pasal 492 dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta bahan hukum sekunder yaitu buku teks hukum, doktrin, artikel ilmiah, jurnal ilmiah hukum serta pendapat ahli dengan kata kunci "*dark pattern* AND hukum perlindungan konsumen", "perbuatan pidana AND perlindungan konsumen", yang mengambil dari database Google Scholar. Analisis data dilakukan dengan interpretasi sistematis terhadap perundang-undangan yang dikaji. Selain itu, dilakukan kajian pustaka sebagai pendukung analisis dan memperkaya pembahasan mengenai perkembangan praktik *dark patterns* serta urgensi pengaturannya di Indonesia.

Hasil Dan Pembahasan

Perbuatan Dark Patterns dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan perdagangan. Transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini banyak beralih ke *platform* elektronik yang berbasis aplikasi maupun situs *web*. Sistem tersebut memberikan kemudahan dalam hal akses, kecepatan, serta jangkauan pasar yang lebih luas dibandingkan mekanisme konvensional. Perkembangan tersebut turut melahirkan pola desain antarmuka yang secara sengaja disusun untuk memengaruhi perilaku pengguna ketika melakukan transaksi. Salah satu bentuk desain yang banyak dibahas dalam kajian hukum perlindungan konsumen ialah praktik yang dikenal dengan istilah *dark patterns*.

Istilah *dark patterns* mengacu pada strategi perancangan tampilan digital yang secara sadar dirancang untuk mengarahkan keputusan pengguna agar sejalan dengan kepentingan pelaku usaha. Desain tersebut sering kali menyusun informasi dengan cara yang tidak sepenuhnya transparan sehingga pengguna tidak memperoleh gambaran yang utuh mengenai produk atau layanan yang dipilih. Informasi penting dapat ditempatkan dalam posisi yang kurang terlihat atau dituliskan dalam bentuk yang sulit dipahami secara cepat. Keadaan ini menyebabkan pengguna membuat keputusan berdasarkan persepsi yang tidak lengkap mengenai hak dan kewajibannya. Keadaan tersebut berpotensi menimbulkan kerugian dalam bentuk kerugian finansial maupun hilangnya kebebasan konsumen untuk menentukan pilihan secara mandiri.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen membentuk dasar hukum yang bertujuan menjaga keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dalam setiap transaksi. Pasal 4 UUPK menegaskan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan atau jasa. Hak atas informasi tersebut menjadi dasar bagi terciptanya persetujuan yang lahir dari kehendak bebas tanpa adanya tekanan atau manipulasi. Informasi yang benar memungkinkan konsumen menilai manfaat dan risiko sebelum mengambil keputusan pembelian. Ketentuan ini memiliki relevansi yang kuat dalam menilai praktik desain digital yang berpotensi mengaburkan fakta material[4].

Pasal 7 UUPK mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya[4]. Kewajiban tersebut mewajibkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha bertanggung jawab atas mutu serta kesesuaian produk

dengan keterangan yang diberikan kepada konsumen. Prinsip itikad baik menuntut adanya keterbukaan dan tidak adanya maksud untuk menyesatkan pihak lain dalam hubungan hukum. Ketentuan ini menegaskan bahwa hukum perlindungan konsumen menempatkan transparansi sebagai unsur yang mendasar dalam kegiatan perdagangan.

Pasal 8 UUPK memuat larangan terhadap pelaku usaha untuk memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan[4]. Larangan tersebut mencakup kondisi ketika barang atau jasa tidak sesuai dengan standar, mutu, atau spesifikasi sebagaimana yang dinyatakan kepada konsumen. Informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya dapat mengakibatkan terbentuknya persepsi yang keliru dalam proses pengambilan keputusan. Ketidaksesuaian tersebut tidak selalu berbentuk pernyataan yang sepenuhnya salah, tetapi dapat pula berupa penyajian fakta yang tidak lengkap atau menutup informasi penting. Ketentuan ini bertujuan mencegah terjadinya praktik perdagangan yang bersifat menyesatkan dan merugikan konsumen.

Unsur perbuatan menyesatkan dalam Pasal 8 UUPK dapat diidentifikasi melalui beberapa elemen yang bersifat normatif[4]. Unsur pertama adalah adanya tindakan memperdagangkan barang atau jasa oleh pelaku usaha dalam suatu hubungan transaksi. Unsur kedua adalah adanya perbedaan antara informasi yang disampaikan dengan kondisi atau kualitas yang sebenarnya. Unsur ketiga berupa tidak dicantumkannya informasi yang benar dan jelas sehingga konsumen tidak memperoleh pemahaman secara menyeluruh. Unsur keempat adalah timbulnya potensi kerugian sebagai akibat dari informasi yang tidak sesuai tersebut.

Terpenuhiya unsur-unsur tersebut menunjukkan bahwa Pasal 8 UUPK menitikberatkan perlindungan pada hak konsumen untuk memperoleh informasi yang akurat. Informasi yang tidak sesuai dapat memengaruhi kehendak konsumen sehingga persetujuan yang diberikan tidak sepenuhnya lahir dari pemahaman yang benar. Keadaan ini dapat menimbulkan kerugian dalam bentuk pembayaran tambahan atau penerimaan produk yang tidak sesuai harapan. Perlindungan hukum diberikan untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan posisi dominan pelaku usaha dalam menyusun informasi. Analisis terhadap unsur ini menjadi penting dalam menguji apakah suatu praktik digital termasuk dalam kategori perbuatan yang menyesatkan.

Pasal 9 UUPK melarang pelaku usaha menawarkan atau mempromosikan barang dan atau jasa dengan cara yang tidak benar atau memberikan kesan yang keliru[4]. Ketentuan tersebut mencakup larangan untuk menyatakan bahwa suatu produk memiliki kualitas tertentu apabila kenyataannya tidak demikian. Promosi yang memberikan gambaran berlebihan tanpa dasar yang jelas dapat memengaruhi persepsi konsumen secara

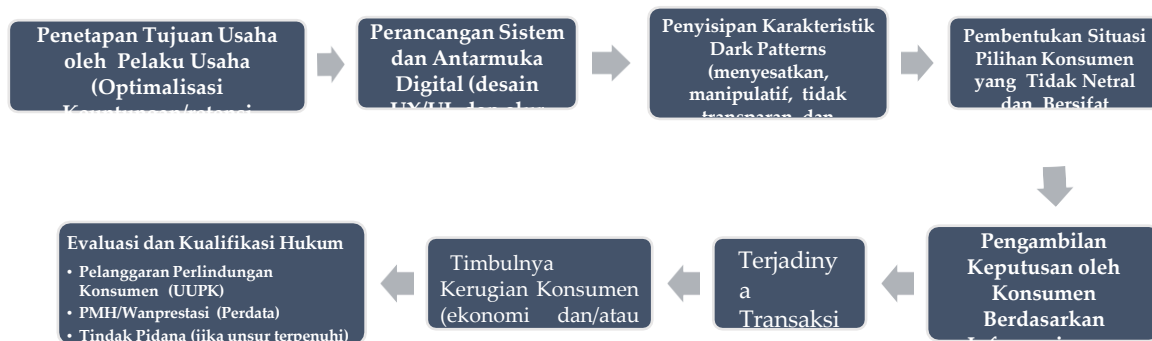
tidak wajar. Larangan ini bertujuan menjaga agar kegiatan pemasaran tidak menyimpang dari prinsip kejujuran. Keterkaitan ketentuan tersebut semakin terlihat dalam praktik perdagangan melalui platform digital yang sangat bergantung pada tampilan visual dan penyajian teks promosi.

Praktik *dark patterns* biasanya terjadi melalui tahapan yang tersusun dalam sistem transaksi elektronik. Tahap pertama tampak pada penyajian informasi produk yang dirancang untuk segera menarik perhatian pengguna. Keunggulan produk ditampilkan secara dominan sedangkan syarat dan ketentuan ditempatkan secara kurang terlihat. Pengguna diarahkan untuk menitikberatkan pada manfaat yang bersifat langsung tanpa memperoleh kesempatan yang memadai untuk memahami konsekuensi lanjutan. Tahap ini memperlihatkan bagaimana desain dapat membentuk persepsi sebelum keputusan transaksi diambil.

Tahap selanjutnya muncul pada proses pemilihan fitur atau layanan tambahan yang berkaitan dengan produk utama. Sistem sering kali menghadirkan pilihan yang telah diatur secara otomatis sehingga pengguna harus melakukan tindakan tertentu apabila ingin menolaknya. Informasi mengenai biaya tambahan tidak selalu disampaikan secara rinci pada tahap awal pemilihan. Pengguna cenderung melanjutkan proses karena menganggap pilihan yang tersedia telah sesuai dengan kebutuhan. Pola ini memperlihatkan adanya mekanisme yang memengaruhi persetujuan tanpa penjelasan yang memadai[11].

Tahap selanjutnya terlihat pada proses pembayaran yang menjadi titik akhir dalam transaksi. Biaya tambahan sering kali baru ditampilkan setelah pengguna melalui beberapa langkah sebelumnya. Informasi mengenai rincian harga tidak selalu dijelaskan secara terbuka sejak awal interaksi. Pengguna yang telah menginvestasikan waktu dan perhatian cenderung menyelesaikan pembayaran meskipun menemukan adanya biaya tambahan. Keadaan tersebut menunjukkan adanya tekanan situasional yang dapat mengurangi kebebasan dalam mengambil keputusan[11].

Tahap akhir muncul ketika konsumen berupaya membatalkan layanan atau mengajukan pengembalian dana. Proses pembatalan sering kali dibuat lebih panjang dan kompleks dibandingkan proses pendaftaran awal. Informasi mengenai hak pembatalan tidak selalu mudah ditemukan dalam sistem aplikasi. Konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah karena harus mengikuti prosedur yang dirancang oleh pelaku usaha. Pola tersebut memperlihatkan bagaimana desain digital dapat memengaruhi keseimbangan hak dan kewajiban dalam hubungan hukum[11].



Gambar 1. Diagram Alur Bekerjanya Dark Patterns dalam Transaksi Digital

Alur praktik tersebut menunjukkan adanya pola sistematis yang berpotensi memenuhi unsur perbuatan menyesatkan dalam UUPK. Setiap tahapan memiliki kemungkinan menimbulkan persepsi yang tidak utuh mengenai produk atau layanan. Informasi yang disusun secara tidak seimbang dapat memengaruhi kehendak konsumen dalam memberikan persetujuan. Keadaan ini dapat dianalisis berdasarkan Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK sebagai bentuk perlindungan terhadap hak konsumen[4]. Praktik dark patterns dengan demikian tidak hanya menjadi isu etika desain tetapi juga persoalan hukum yang memerlukan pengujian normatif.

Klasifikasi Perbuatan Pidana dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak hanya mengatur hubungan hukum yang bersifat keperdataan antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga memuat ketentuan pidana sebagai instrumen penegakan hukum yang bertujuan memberikan perlindungan efektif terhadap hak-hak konsumen[4]. Keberadaan sanksi pidana dalam undang-undang tersebut menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap kewajiban pelaku usaha tidak semata-mata dipandang sebagai wanprestasi atau perbuatan melawan hukum perdata, melainkan dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana apabila memenuhi unsur-unsur yang dirumuskan dalam ketentuan pidana[12]. Pengaturan ini mencerminkan adanya kebijakan kriminalisasi terhadap perbuatan tertentu dalam kegiatan perdagangan yang dianggap membahayakan kepentingan konsumen secara luas. Norma pidana tersebut berfungsi sebagai *ultimum remedium* yang digunakan ketika mekanisme perlindungan lainnya tidak memadai untuk mencegah terjadinya kerugian[12]. Perlindungan konsumen dengan demikian ditempatkan sebagai bagian dari kepentingan hukum yang memperoleh legitimasi dalam sistem hukum pidana nasional.

Pasal 62 UUPK memuat ancaman pidana terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana diatur dalam Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK[4]. Rumusan tersebut menunjukkan bahwa struktur delik pidana dalam UUPK bersifat bergantung pada terpenuhinya unsur larangan yang telah ditentukan dalam pasal-pasal sebelumnya, sehingga analisis pemidanaan harus selalu merujuk pada norma yang dilanggar. Ancaman pidana penjara dan pidana denda dalam Pasal 62 merupakan bentuk pertanggungjawaban atas perbuatan yang menimbulkan atau berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen[4]. Ketentuan ini sekaligus menegaskan bahwa perbuatan menyesatkan dalam kegiatan perdagangan memiliki dimensi publik karena menyangkut kepercayaan masyarakat terhadap mekanisme pasar. Konsekuensi pidana tersebut memperkuat posisi konsumen sebagai pihak yang dilindungi oleh hukum secara substantif.

Unsur pertama dalam delik pidana UUPK adalah adanya subjek hukum berupa pelaku usaha sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 angka 3 UUPK[4]. Pelaku usaha mencakup orang perseorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang menjalankan kegiatan usaha dalam berbagai sektor ekonomi. Penentuan subjek hukum menjadi syarat mendasar karena hanya pihak yang memenuhi kualifikasi tersebut yang dapat dimintai pertanggungjawaban pidana berdasarkan ketentuan UUPK[4]. Konsep ini juga membuka kemungkinan penerapan pertanggungjawaban pidana terhadap korporasi sebagai entitas hukum yang memiliki struktur organisasi dan pengambilan keputusan tersendiri. Relevansi unsur ini semakin kuat dalam konteks transaksi elektronik yang umumnya dioperasikan oleh perusahaan berbasis digital[13].

Unsur kedua adalah adanya perbuatan yang melanggar ketentuan Pasal 8 atau Pasal 9 UUPK sebagai inti dari perumusan delik[4]. Perbuatan tersebut dapat berupa memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan, atau melakukan promosi yang memberikan kesan keliru mengenai harga, kualitas, maupun karakteristik produk. Rumusan ini menunjukkan bahwa fokus utama delik terletak pada penyampaian informasi yang tidak benar, tidak jelas, atau tidak jujur kepada konsumen dalam rangka transaksi. Ketidaksesuaian antara informasi dan kondisi sebenarnya menjadi indikator utama untuk menilai adanya pelanggaran terhadap norma larangan tersebut. Pembuktian unsur ini harus dilakukan dengan melihat fakta konkret yang terjadi dalam praktik perdagangan[13].

Unsur ketiga adalah adanya sifat melawan hukum yang melekat pada perbuatan tersebut karena bertentangan dengan ketentuan yang secara tegas melarang tindakan tertentu dalam UUPK[13]. Sifat melawan hukum muncul ketika perbuatan pelaku usaha tidak sesuai dengan norma yang telah ditetapkan oleh pembentuk undang-undang sebagai

batas perilaku yang diperbolehkan. Penilaian terhadap unsur ini dilakukan dengan membandingkan tindakan konkret yang dilakukan dengan rumusan pasal yang dilanggar. Perbuatan yang memenuhi unsur Pasal 8 atau Pasal 9 pada dasarnya telah mengandung sifat melawan hukum selama tidak terdapat alasan pembenar yang sah menurut hukum[13]. Unsur ini memastikan bahwa pemidanaan hanya dijatuhkan terhadap perbuatan yang secara normatif memang dilarang.

Unsur keempat adalah adanya kesalahan dalam bentuk kesengajaan atau kelalaian yang dapat dipertanggungjawabkan kepada pelaku usaha[13]. Kesengajaan dapat diartikan sebagai adanya kehendak dan pengetahuan mengenai akibat dari perbuatan yang dilakukan, khususnya apabila informasi yang tidak benar disampaikan untuk memperoleh keuntungan tertentu. Kelalaian dapat terjadi apabila pelaku usaha tidak melakukan verifikasi yang memadai terhadap informasi yang dipublikasikan kepada konsumen sehingga menimbulkan kerugian[3]. Prinsip kesalahan merupakan asas fundamental dalam hukum pidana yang menghendaki adanya hubungan batin antara pelaku dan perbuatannya. Tanpa terpenuhinya unsur kesalahan, sanksi pidana tidak dapat dijatuhkan meskipun terdapat kerugian pada pihak konsumen[13].

Unsur kelima adalah kemampuan bertanggung jawab yang harus dimiliki oleh pelaku usaha sebagai subjek hukum pidana[13]. Kemampuan untuk bertanggung jawab berkaitan dengan kondisi pelaku pada saat perbuatan dilakukan, yaitu mampu memahami sifat tindakannya serta mampu mengendalikan kehendaknya sesuai dengan ketentuan hukum. Apabila pelaku usaha berbentuk korporasi, tanggung jawab dapat dibebankan melalui mekanisme pertanggungjawaban pidana korporasi yang telah diakui dalam praktik hukum nasional. Penentuan tanggung jawab tersebut dinilai dari kebijakan internal, struktur pengambilan keputusan, dan pengawasan terhadap kegiatan operasional perusahaan. Unsur ini menjamin bahwa pemidanaan dilakukan terhadap subjek yang secara hukum dapat dimintai pertanggungjawaban atas perbuatannya[13].

Klasifikasi perbuatan pidana dalam UUPK dengan demikian mencakup adanya subjek pelaku usaha, perbuatan yang melanggar larangan, sifat melawan hukum, kesalahan, dan kemampuan bertanggung jawab yang harus terpenuhi secara kumulatif[13]. Kelima unsur tersebut menjadi parameter dalam menentukan apakah suatu tindakan dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan Pasal 62 UUPK[4]. Analisis terhadap praktik perdagangan berbasis digital perlu dilakukan dengan menguji secara sistematis terpenuhinya masing-masing unsur tersebut dalam konteks fakta yang ada[11]. Pendekatan ini diperlukan agar penerapan sanksi pidana tidak dilakukan secara serampangan tanpa dasar yang kuat[12]. Pembahasan mengenai unsur tindak pidana secara umum selanjutnya menjadi landasan konseptual untuk menilai lebih lanjut penerapan ketentuan pidana

terhadap praktik dark patterns.

Analisis Pemenuhan Unsur Tindak Pidana terhadap Praktik Dark Patterns

Praktik *dark patterns* dalam transaksi elektronik perlu diuji secara sistematis untuk menilai apakah perbuatan tersebut memenuhi unsur tindak pidana menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengujian dilakukan dengan membandingkan karakteristik praktik tersebut dengan unsur delik yang dirumuskan dalam ketentuan pidana yang berkaitan. Analisis ini tidak dimaksudkan untuk menyamakan seluruh praktik manipulatif sebagai tindak pidana, tetapi untuk menentukan batas antara pelanggaran etika bisnis dan perbuatan yang telah masuk ke ranah pidana.

Pendekatan yang digunakan ialah pengujian unsur secara kumulatif berdasarkan struktur delik dalam masing-masing ketentuan. Ketentuan yang dikaji meliputi Pasal 8 juncto Pasal 62 UUPK, Pasal 492 KUHP, serta Pasal 28 ayat (1) juncto Pasal 45A Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.

Analisis Pemenuhan Unsur Pasal 8 jo. Pasal 62 UUPK

Pengujian terhadap *praktik dark patterns* dalam konteks pidana dapat dimulai dengan menguji pemenuhan unsur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 8 yang sanksinya dirumuskan dalam Pasal 62 UUPK[4]. Unsur pertama adalah adanya pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasa kepada konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 3 UUPK. Praktik *dark patterns* umumnya dilakukan oleh platform digital atau penyedia jasa berbasis aplikasi yang secara hukum memenuhi kualifikasi sebagai pelaku usaha[4]. Aktivitas transaksi melalui sistem elektronik tetap termasuk kegiatan memperdagangkan barang atau jasa dalam ruang lingkup perlindungan konsumen. Unsur subjek hukum dalam ketentuan ini dengan demikian dapat dianggap terpenuhi apabila praktik tersebut dilakukan dalam konteks hubungan usaha dan konsumen.

Unsur selanjutnya adalah adanya perbuatan menawarkan atau memperdagangkan barang atau jasa dengan informasi yang tidak benar, tidak jujur, atau menyesatkan sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK[4]. Praktik *dark patterns* seperti menyembunyikan biaya tambahan, penempatan tombol persetujuan yang tidak seimbang, atau sistem langganan otomatis tanpa penjelasan yang cukup dapat menimbulkan persepsi yang keliru pada konsumen. Informasi yang disajikan secara tidak utuh dapat dikategorikan sebagai menyesatkan apabila memengaruhi keputusan transaksi konsumen secara signifikan. Penilaian terhadap sifat menyesatkan dilakukan secara objektif dengan melihat dampaknya terhadap pemahaman konsumen. Unsur ini dapat dianggap terpenuhi apabila

terbukti bahwa desain sistem memang membatasi akses konsumen terhadap informasi penting[11].

Unsur akibat berupa kerugian konsumen menjadi elemen penting dalam menilai relevansi pidana berdasarkan Pasal 62 UUPK[4]. Kerugian dapat berupa pembayaran biaya yang tidak dipahami sebelumnya atau terikatnya konsumen pada layanan berbayar tanpa persetujuan yang jelas. Hubungan sebab akibat antara desain manipulatif dan kerugian harus dapat ditunjukkan secara logis dan faktual. Tanpa adanya kerugian nyata maka sanksi pidana sulit diterapkan meskipun terdapat pelanggaran administratif. Praktik dark patterns hanya dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana apabila seluruh unsur tersebut terbukti secara kumulatif sesuai Pasal 8 jo. Pasal 62 UUPK[12].

Tabel 1: Pengujian Pemenuhan Unsur Pasal 8 jo. Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Praktik Dark Patterns

Unsur Delik (Normatif)	Bentuk Dark Patterns	Analisis Pemenuhan Unsur	Keterangan
Pelaku usaha (Pasal 1 angka 3 UUPK)[4]	Platform <i>e-commerce</i> / aplikasi digital[11]	Platform yang menawarkan barang atau jasa melalui sistem elektronik termasuk pelaku usaha karena melakukan kegiatan perdagangan dalam hubungan hukum dengan konsumen[11].	Memenuhi
Memperdagangkan barang/jasa (Pasal 8 ayat (1) UUPK)[4]	Transaksi berbasis aplikasi[11]	Aktivitas penawaran dan transaksi digital tetap termasuk memperdagangkan barang/jasa dalam ruang lingkup perlindungan konsumen[11].	Memenuhi
Informasi tidak benar/tidak jujur/menyesatkan (Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK)[4].	Biaya tersembunyi, <i>hidden subscription</i> , <i>default opt-in</i> [11]	Penyajian informasi yang tidak utuh dan ditempatkan secara tidak proporsional dapat menimbulkan persepsi keliru pada konsumen dan berpotensi memenuhi unsur menyesatkan[11].	Bersyarat (tergantung pembuktian)
Menimbulkan kerugian konsumen (Pasal 19 jo. Pasal 62 UUPK)[4].	Konsumen membayar lebih dari yang dipahami[11].	Kerugian finansial akibat informasi yang tidak transparan menunjukkan adanya dampak nyata yang dapat menjadi dasar penerapan sanksi pidana[11].	Bersyarat (harus dibuktikan kerugian nyata)

Berdasarkan pengujian unsur, praktik *dark patterns* pada dasarnya telah memenuhi unsur subjek hukum sebagai pelaku usaha serta unsur kegiatan memperdagangkan barang atau jasa melalui sistem elektronik. Unsur yang menjadi titik penting terletak pada ada atau tidaknya informasi yang menyesatkan serta kerugian nyata yang dialami konsumen. Apabila desain sistem secara objektif membuat konsumen salah memahami harga, biaya tambahan, atau akibat dari suatu transaksi, maka unsur informasi yang menyesatkan dapat dianggap terpenuhi. Akan tetapi, tanpa adanya pembuktian mengenai kerugian konkret yang timbul karena perbuatan tersebut, penerapan sanksi pidana berdasarkan Pasal 62 tidak dapat dilaksanakan. Dengan demikian, praktik *dark patterns* hanya dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana perlindungan konsumen apabila seluruh unsur tersebut terpenuhi secara kumulatif, khususnya unsur kerugian nyata[13].

Analisis Pemenuhan Unsur Pasal 492 KUHP

Pengujian berikutnya dilakukan terhadap unsur penipuan dalam Pasal 492 KUHP yang mengatur bentuk penipuan ringan dalam praktik perdagangan[14]. Unsur pertama adalah adanya perbuatan tipu muslihat atau rangkaian kebohongan yang digunakan untuk memperdaya pihak lain. Desain *dark patterns* yang secara sengaja menyembunyikan informasi material atau mengarahkan konsumen pada pilihan tertentu tanpa transparansi dapat dikualifikasikan sebagai bentuk tipu muslihat apabila dilakukan dengan maksud memanipulasi kehendak konsumen. Unsur ini menuntut adanya tindakan aktif yang bersifat memperdaya dan bukan sekadar kekeliruan teknis biasa. Apabila manipulasi tersebut dirancang secara sadar untuk mempengaruhi keputusan transaksi maka unsur perbuatan dapat terpenuhi[15].

Unsur kedua adalah adanya maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum[16]. Struktur keuntungan yang diperoleh pelaku usaha melalui mekanisme biaya tersembunyi atau perpanjangan langganan otomatis menunjukkan adanya motif ekonomi yang relevan dengan unsur ini[15]. Keuntungan tersebut tidak dapat dipisahkan dari desain sistem yang mempengaruhi pilihan konsumen. Unsur kesengajaan menjadi penting karena tanpa adanya maksud memperoleh keuntungan maka delik penipuan tidak dapat dibuktikan. Hubungan antara manipulasi desain dan keuntungan ekonomi harus dapat ditunjukkan secara rasional.

Unsur ketiga adalah adanya kerugian pada pihak lain sebagai akibat dari tipu muslihat tersebut[15]. Kerugian finansial akibat pembayaran yang tidak dipahami atau akibat keterikatan kontraktual yang tidak disadari dapat menjadi bentuk kerugian yang relevan[16]. Hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian harus dapat dibuktikan untuk melengkapi struktur delik. Tanpa adanya kerugian nyata maka perbuatan tersebut

cenderung hanya menjadi pelanggaran etika bisnis. Pemenuhan seluruh unsur tersebut secara kumulatif menentukan apakah praktik *dark patterns* dapat dikualifikasikan sebagai penipuan ringan menurut Pasal 492 KUHP.

Tabel 2: Pengujian Pemenuhan Unsur Pasal 492 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana terhadap Praktik Dark Patterns

Unsur Delik	Bentuk Dark Patterns	Analisis Pemenuhan Unsur	Keterangan
Tipu muslihat atau rangkaian kebohongan (Pasal 492 KUHP)[14]	Desain menyembunyikan biaya tambahan[11]	Manipulasi tampilan yang secara sadar menyembunyikan informasi material dapat dikualifikasikan sebagai bentuk tipu muslihat apabila dilakukan untuk memperdaya konsumen[17]	Bersyarat
Maksud menguntungkan diri sendiri secara melawan hukum[15]	Sistem langganan otomatis tanpa transparansi[11]	Keuntungan ekonomi yang diperoleh dari mekanisme tersebut menunjukkan adanya motif memperoleh keuntungan[17]	Bersyarat (harus ada bukti kesengajaan)
Menimbulkan kerugian[15]	Pembayaran tidak disadari[11]	Kerugian finansial akibat manipulasi desain memenuhi unsur kerugian apabila terdapat hubungan sebab akibat[17]	Bersyarat

Dalam pengujian terhadap Pasal 492 KUHP, praktik *dark patterns* tidak secara otomatis memenuhi unsur penipuan. Unsur tipu muslihat dan maksud menguntungkan diri sendiri secara melawan hukum memerlukan pembuktian adanya niat sadar untuk memperdaya konsumen[16]. Tidak semua desain manipulatif dapat dikualifikasikan sebagai tipu muslihat dalam arti hukum pidana. Hanya praktik yang secara sengaja dirancang untuk mengelabui konsumen dan menghasilkan keuntungan melalui penyembunyian informasi material yang berpotensi memenuhi unsur tersebut. Selain itu, harus terdapat kerugian konkret yang memiliki hubungan kausal langsung dengan perbuatan. Oleh karena itu, penerapan Pasal 492 bersifat sangat kasuistis dan memerlukan pembuktian yang lebih ketat dibandingkan pelanggaran administratif dalam UUPK.

Analisis Pemenuhan Unsur Pasal 28 ayat (1) jo. Pasal 45A UU No. 1 Tahun 2024

Pengujian terhadap ketentuan pidana dalam ruang digital dilakukan berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 yang mengubah ketentuan sebelumnya dalam UU

ITE. Pasal 28 ayat (1) mengatur larangan penyebaran informasi bohong atau menyesatkan yang menimbulkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dengan ancaman pidana dalam Pasal 45A[18]. Unsur pertama adalah adanya penyebaran informasi melalui sistem elektronik[19]. Praktik *dark patterns* yang disampaikan melalui aplikasi atau situs *web* memenuhi unsur medium elektronik karena informasi tersebut diakses dan diproses dalam sistem digital. Unsur ini pada umumnya terpenuhi dalam seluruh praktik manipulasi berbasis antarmuka daring.

Unsur kedua adalah sifat bohong atau menyesatkan dari informasi yang disebarkan[19]. Penyajian informasi yang tidak lengkap atau dikemas sedemikian rupa sehingga menciptakan persepsi keliru dapat dikategorikan sebagai menyesatkan apabila berdampak pada keputusan transaksi. Penilaian dilakukan dengan menguji apakah konsumen rasional dapat memahami konsekuensi transaksi berdasarkan informasi yang tersedia. Desain yang secara sistematis menyembunyikan fakta penting berpotensi memenuhi unsur ini. Unsur tersebut tidak terpenuhi apabila informasi sebenarnya tersedia secara jelas dan mudah diakses.

Unsur ketiga adalah adanya kesengajaan dan tanpa hak dalam penyebaran informasi tersebut[19]. Kesengajaan dapat ditarik dari pola desain yang konsisten dan terstruktur untuk mengarahkan pengguna pada keputusan tertentu. Unsur keempat adalah timbulnya kerugian materiel sebagai akibat langsung dari informasi yang menyesatkan tersebut. Kerugian harus bersifat konkret dan dapat diukur secara ekonomis dalam transaksi elektronik. Apabila seluruh unsur tersebut terbukti secara kumulatif maka praktik *dark patterns* tertentu dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana berdasarkan Pasal 28 ayat (1) jo. Pasal 45A UU No. 1 Tahun 2024.

Tabel 3: Pengujian Pemenuhan Unsur Pasal 28 ayat (1) jo. Pasal 45A Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 terhadap Praktik Dark Patterns

Unsur Delik (Normatif)	Bentuk Dark Patterns	Analisis Pemenuhan Unsur	Keterangan
Menyebarkan informasi melalui sistem elektronik (Pasal 28 ayat (1))[19]	Informasi dalam aplikasi / website[11]	Semua praktik dark patterns disampaikan melalui sistem elektronik sehingga unsur medium elektronik terpenuhi[11]	Memenuhi

Informasi bohong atau menyesatkan (Pasal 28 ayat (1))[19]	Informasi tidak lengkap mengenai biaya[11]	Penyajian informasi yang menimbulkan persepsi keliru dapat memenuhi unsur menyesatkan apabila terbukti mempengaruhi keputusan transaksi[11]	Bersyarat
Dilakukan dengan sengaja dan tanpa hak[19]	Desain sistem terstruktur dan konsisten[11]	Pola desain yang sistematis menunjukkan indikasi kesengajaan dalam memengaruhi pilihan pengguna[11]	Bersyarat
Menimbulkan kerugian materiel[19]	Kerugian finansial akibat transaksi[11]	Kerugian yang dapat diukur secara ekonomis menjadi syarat mutlak penerapan sanksi pidana[11]	Bersyarat

Pengujian terhadap ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 menunjukkan bahwa unsur penyebaran melalui sistem elektronik pada praktik *dark patterns* pada umumnya terpenuhi karena perbuatan dilakukan melalui platform digital[20]. Unsur yang menentukan adalah apakah informasi yang disampaikan dapat dikualifikasikan sebagai informasi bohong atau menyesatkan yang menimbulkan kerugian dalam transaksi elektronik. Jika desain sistem menyebabkan konsumen melakukan transaksi berdasarkan pemahaman yang keliru akibat informasi yang tidak transparan, maka unsur menyesatkan berpotensi terpenuhi[19]. Namun demikian, tanpa adanya kerugian materiel yang dapat dibuktikan secara konkret, ketentuan pidana tidak dapat diterapkan. Oleh karena itu, praktik *dark patterns* hanya dapat dipidana berdasarkan UU ini apabila terbukti memenuhi seluruh unsur delik secara kumulatif.

Berdasarkan pengujian unsur terhadap Pasal 8 juncto Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 492 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, serta Pasal 28 ayat (1) juncto Pasal 45A Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dapat disimpulkan bahwa praktik *dark patterns* tidak serta merta dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana. Pemidanaan hanya dapat dilakukan apabila seluruh unsur delik terpenuhi secara kumulatif, terutama unsur informasi yang menyesatkan, adanya kesengajaan dalam perancangan sistem, dan timbulnya kerugian materiel yang nyata yang memiliki hubungan sebab akibat secara langsung dengan perbuatan tersebut.

Dalam konteks UUPK, praktik *dark patterns* berpotensi dipidana apabila terbukti memperdagangkan jasa atau barang dengan informasi yang tidak benar atau menyesatkan

sehingga menimbulkan kerugian konkret bagi konsumen. Namun apabila unsur kerugian tidak dapat dibuktikan, maka perbuatan tersebut lebih tepat dikualifikasikan sebagai pelanggaran administratif atau pelanggaran etika bisnis[13]. Dalam konteks KUHP, standar pembuktian lebih ketat karena harus menunjukkan adanya tipu muslihat serta maksud menguntungkan diri sendiri secara melawan hukum. Tidak semua manipulasi desain dapat dikualifikasikan sebagai tipu muslihat dalam arti hukum pidana[15]. Sementara itu dalam konteks UU No. 1 Tahun 2024, fokus utama terletak pada penyebaran informasi bohong atau menyesatkan dalam sistem elektronik yang mengakibatkan kerugian dalam transaksi elektronik[19]. Tanpa adanya kerugian materiel yang dapat diukur secara konkret, ketentuan pidana tidak dapat diterapkan.

Secara konseptual, praktik *dark patterns* berada dalam spektrum antara pelanggaran etika desain digital dan tindak pidana. Hukum positif Indonesia pada dasarnya telah menyediakan instrumen normatif untuk menindak bentuk *dark patterns* tertentu yang memenuhi unsur pidana, tetapi penerapannya bersifat kasuistik dan sangat bergantung pada pembuktian konkret dalam setiap perkara. Oleh karena itu, upaya kriminalisasi terhadap praktik tersebut harus dilakukan secara proporsional dan tidak boleh memperluas penafsiran delik melampaui asas legalitas. Analisis ini menunjukkan bahwa pendekatan hukum pidana terhadap *dark patterns* tidak bersifat otomatis, melainkan didasarkan pada pembuktian unsur secara ketat dan rasional.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaturan *dark patterns* sebagai tindak pidana dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia, praktik *dark patterns* dalam transaksi elektronik dapat dipahami sebagai pola desain antarmuka digital yang sengaja dirancang untuk memengaruhi, mengarahkan, atau memanipulasi keputusan konsumen melalui penyajian informasi yang tidak seimbang, tidak transparan, atau menyesatkan. Dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, praktik ini bertentangan dengan prinsip penyampaian informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 8 dan Pasal 9. Namun tidak setiap bentuk *dark patterns* dapat langsung dikualifikasikan sebagai tindak pidana karena harus terlebih dahulu diuji apakah seluruh unsur delik terpenuhi secara kumulatif. Unsur yang paling menentukan ialah adanya informasi yang menyesatkan serta kerugian konkret yang dialami konsumen. Tanpa adanya bukti kerugian materiel, praktik tersebut lebih tepat ditempatkan dalam ranah pelanggaran administratif atau etika bisnis dan bukan sebagai perbuatan pidana.

Analisis terhadap Pasal 492 KUHP dan Pasal 28 ayat (1) jo. Pasal 45A UU No. 1 Tahun 2024 menunjukkan bahwa *dark patterns* hanya dapat dipidana apabila memenuhi unsur tipu muslihat atau penyebaran informasi bohong yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Standar pembuktian mensyaratkan kesengajaan dan maksud menguntungkan diri sendiri secara melawan hukum, sehingga tidak semua desain manipulatif dikategorikan sebagai penipuan. Secara keseluruhan, praktik *dark patterns* berada dalam spektrum antara pelanggaran etika dan tindak pidana. Hukum Indonesia telah menyediakan instrumen untuk menjerat bentuk tertentu yang memenuhi unsur pidana, namun penerapannya bersifat kasuistik dan bergantung pada bukti konkret. Oleh karena itu, kriminalisasi praktik *dark patterns* harus dilakukan secara proporsional dan hati-hati, tetap berpegang pada asas legalitas agar tidak terjadi perluasan tafsir delik yang melampaui batas undang-undang.

Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi baik secara moral maupun material selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak di lingkungan akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa yang akan datang.

Referensi

- [1] I Nyoman Susipta, "Dark Patterns dalam Digital Marketing: Etika dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen," *Int. J. Econ. Manag. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 583–590, Apr. 2025, doi: 10.55606/ijemr.v4i1.324.
- [2] T. Mildner and G.-L. Savino, "How Social Are Social Media The Dark Patterns In Facebook's Interface," Mar. 19, 2021, *arXiv*: arXiv:2103.10725. doi: 10.48550/arXiv.2103.10725.
- [3] M. Maier and R. Harr, "Dark Design Patterns: An End-User Perspective," *Hum. Technol.*, vol. 16, no. 2, pp. 170–199, Aug. 2020, doi: 10.17011/ht/urn.202008245641.
- [4] Indonesia, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

- Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42,," Apr. 1999, [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>
- [5] P. Raj, S. S. Nanda, and M. S. Noorani, "Safeguarding the Digital Consumer: A Comparative Legal and Psychological Analysis of Dark Patterns in E-Commerce," *Adv. Consum. Res.*, vol. 2, no. 4, 2025.
- [6] K. Maliarsa and I. K. Surata, *Kahyangan jagat Pura Purwa Siddhi Ponjok Batu Buleleng, Bali*. Denpasar: Pustaka Larasan, 2020.
- [7] C. Isola and F. Esposito, "A systematic literature review on dark patterns for the legal community: definitional clarity and a legal classification based on the Unfair Commercial Practices Directive," *Comput. Law Secur. Rev.*, vol. 58, p. 106169, Sep. 2025, doi: 10.1016/j.clsr.2025.106169.
- [8] antaranews.com, "TikTok didenda Rp9,8 triliun karena langgar UU data pribadi Uni Eropa," Antara News. Accessed: May 13, 2025. [Online]. Available: <https://www.antaranews.com/berita/4810393/tiktok-didenda-rp98-triliun-karena-langgar-uu-data-pribadi-uni-eropa>
- [9] S. Y. Wahyuningtyas and Y. A. Singgalen, "Mapping Stakeholder Perceptions: Navigating Biometric Data Protection Initiative and Face Recognition Technology Support in Indonesia," Sep. 08, 2023, *Social Sciences*. doi: 10.20944/preprints202309.0547.v1.
- [10] J. J. Gilalo, "Penerapan Sanksi Tindak Pidana Konsumen Dalam Kasus Kejahatan Bisnis," *J. Ilm. LIVING LAW*, vol. 15, no. 2, pp. 119–128, Jul. 2023, doi: 10.30997/jill.v15i02.9742.
- [11] A. Mathur *et al.*, "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites," *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.*, vol. 3, no. CSCW, pp. 1–32, Nov. 2019, doi: 10.1145/3359183.
- [12] Y. A. Habib and J. J. Gilalo, "Penyelesaian Dan Sanksi Atas Tindak Pidana Konsumen Terhadap Kejahatan Pelaku Usaha," *IBLAM LAW Rev.*, vol. 4, no. 2, pp. 69–78, May 2024, doi: 10.52249/ilr.v4i2.446.
- [13] "Hukum Perlindungan Konsumen."
- [14] B. Kesatu, "Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 Tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana".
- [15] "Asas-Asas Hukum Pidana."
- [16] D. Elisa Putri, E. Sudarti, and E. Siregar, "Tindak Pidana Penipuan Melalui Aplikasi Digital (Gagasan Pemikiran Pertanggungjawaban Oleh Bank)," *PAMPAS J. Crim. Law*, vol. 5, no. 1, pp.

- 72–87, Mar. 2024, doi: 10.22437/pampas.v5i1.31716.
- [17] R. C. Putri, “Dark Patterns sebagai Bentuk Manipulasi Perilaku Konsumen Digital: Analisis Interdisipliner terhadap Dampak Psikologis, Hukum, dan Ekonomi dari Praktik Desain Manipulatif dalam Ekosistem E-Commerce Global,” *RIGGS J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 2, pp. 1066–1071, May 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i2.611.
- [18] “Indonesia, Undang-Undan Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1.”
- [19] G. Widodo, P. Purgito, and R. Suryani, “Aspek Hukum Delik Penyebaran Berita Bohong (Hoax) Berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,” *Pamulang Law Rev.*, vol. 3, no. 1, p. 57, Aug. 2020, doi: 10.32493/palrev.v3i1.6528.
- [20] Anisa Sahara and Kuswandi Kuswandi, “Penipuan Online sebagai Bentuk Kejahatan Siber dalam Perspektif Kriminologi,” *Parlem. J. Studi Huk. Dan Adm. Publik*, vol. 2, no. 4, pp. 91–105, Dec. 2025, doi: 10.62383/parlementer.v2i4.1425.