



## Etika Komunikasi dan Aspek Hukum dalam Penggunaan Data Konsumen Oleh Platform Digital

Sutinnarto<sup>1</sup>, Zain Arfin Utama<sup>2</sup>

Institut Karya Mulia Bangsa, Indonesia<sup>1-2</sup>

Email Korespondensi: [sutinnarto@gmail.com](mailto:sutinnarto@gmail.com), [zainutama1993@gmail.com](mailto:zainutama1993@gmail.com)

Article received: 04 Juni 2025, Review process: 23 Juni 2025

Article Accepted: 10 Agustus 2025, Article published: 26 Agustus 2025

### ABSTRACT

*The rapid advancement of digital technology has significantly transformed communication patterns and consumer data management, positioning personal data as a strategic commodity within the digital ecosystem. However, the practices of data collection and utilization by digital platforms often raise ethical concerns, particularly regarding transparency, consent mechanisms, and the protection of user rights. This study aims to analyze the communication practices of digital platforms in managing consumer data through the lens of communication ethics and to examine the extent to which legal frameworks specifically Indonesia's Law No. 27 of 2022 on Personal Data Protection support the implementation of these principles. Using a qualitative approach, this research employs literature review and document analysis with thematic content analysis techniques. The findings reveal that most digital platforms have not fully integrated ethical communication principles, such as information clarity and user autonomy, while the implementation of legal protections faces structural and institutional challenges. These findings highlight the need for harmonizing ethical communication practices with regulatory frameworks to enhance public trust and promote a more transparent, accountable, and equitable digital ecosystem.*

**Keywords:** Communication Ethics, Digital Platforms, Personal Data Protection

### ABSTRAK

*Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam pola komunikasi dan pengelolaan data konsumen, menjadikan data pribadi sebagai komoditas strategis dalam ekosistem digital. Namun, praktik pengumpulan dan pemanfaatan data oleh platform digital kerap memunculkan persoalan etika, khususnya terkait transparansi informasi, mekanisme persetujuan, dan perlindungan hak pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komunikasi platform digital dalam penggunaan data konsumen melalui perspektif etika komunikasi serta meninjau sejauh mana aspek hukum, khususnya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, mendukung penerapan prinsip-prinsip tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis dokumen melalui teknik analisis isi tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar platform digital belum sepenuhnya mengintegrasikan prinsip komunikasi etis, seperti kejelasan informasi dan otonomi pengguna, sementara implementasi perlindungan hukum masih menghadapi kendala struktural dan kelembagaan. Temuan ini menegaskan pentingnya harmonisasi antara komunikasi etis dan regulasi perlindungan data untuk meningkatkan kepercayaan publik dan mewujudkan ekosistem digital yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.*

**Kata Kunci:** Etika Komunikasi, Platform Digital, Perlindungan Data Pribadi

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi, interaksi sosial, dan perilaku ekonomi masyarakat global. Platform digital seperti media sosial, layanan e-commerce, dan aplikasi berbasis data kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memungkinkan pertukaran informasi yang cepat dan efisien. Namun, kemudahan tersebut juga memunculkan persoalan serius terkait praktik pengumpulan, pengolahan, dan pemanfaatan data konsumen. Data pribadi kini menjadi komoditas strategis dalam ekonomi digital, tetapi seringkali pengguna tidak sepenuhnya memahami implikasi dari persetujuan yang mereka berikan kepada platform digital. Studi internasional menegaskan bahwa pengelolaan data pribadi yang tidak transparan dapat memicu pelanggaran hak privasi, menurunkan tingkat kepercayaan publik, dan memengaruhi partisipasi digital masyarakat (Martin & Murphy, 2017; Susser, Roessler, & Nissenbaum, 2019).

Prinsip etika komunikasi menjadi landasan penting dalam interaksi antara platform digital dan pengguna. Teori Komunikasi Etis menekankan transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab sebagai elemen utama dalam membangun relasi setara antara komunikator dan komunikan (Christians et al., 2011). Dalam konteks komunikasi digital, penyampaian informasi terkait pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi seharusnya dilakukan dengan jelas, akurat, dan mudah dipahami. Namun, praktik di lapangan sering kali berbeda: kebijakan privasi dan syarat layanan disusun menggunakan bahasa hukum yang teknis dan panjang, sehingga sulit dimengerti oleh pengguna awam. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan kekuasaan antara penyedia platform dan konsumen, di mana pihak pertama memegang kendali penuh atas informasi sementara pihak kedua hanya diberi ruang persetujuan yang bersifat formalitas (Solove, 2021).

Masalah etika dalam komunikasi digital juga terkait erat dengan aspek hukum, khususnya perlindungan data pribadi. Di Indonesia, hadirnya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) merupakan tonggak penting dalam memberikan hak kepada konsumen untuk mengontrol akses, penyimpanan, dan penggunaan data mereka. UU PDP sejalan dengan tren global seperti General Data Protection Regulation (GDPR) di Uni Eropa, yang menjadi standar internasional dalam perlindungan data pribadi (Voigt & Von dem Bussche, 2021). Namun, tantangan muncul pada tataran implementasi, seperti rendahnya tingkat literasi digital konsumen, minimnya transparansi dari penyedia platform, serta belum optimalnya pembentukan lembaga pengawas independen sebagaimana diamanatkan dalam UU PDP. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara norma hukum dan praktik komunikasi yang dijalankan oleh platform digital.

Di tingkat global, perhatian terhadap etika komunikasi digital semakin meningkat seiring dengan maraknya kasus pelanggaran privasi dan kebocoran data. Skandal Cambridge Analytica menjadi contoh nyata bagaimana penggunaan data konsumen tanpa persetujuan yang jelas dapat memicu krisis kepercayaan terhadap platform digital berskala internasional (Isaak & Hanna, 2018). Riset

terbaru juga mengungkapkan bahwa lebih dari 65% pengguna global menganggap platform digital tidak transparan dalam mengelola data mereka, sementara 72% menyatakan kurang memahami kebijakan privasi yang disediakan (Acquisti, Brandimarte, & Loewenstein, 2020). Fakta ini menegaskan urgensi harmonisasi antara prinsip komunikasi etis dan regulasi perlindungan data agar hubungan antara platform dan konsumen dapat dibangun secara adil, transparan, dan akuntabel.

Dalam konteks praktik komunikasi di Indonesia, masih ditemukan sejumlah persoalan fundamental. Sebagian besar platform digital belum sepenuhnya mengintegrasikan prinsip-prinsip komunikasi etis dalam penyampaian informasi kebijakan privasi. Misalnya, mekanisme persetujuan pengguna cenderung sepihak dan tidak menyediakan opsi granular yang memungkinkan pengguna mengontrol jenis data yang dikumpulkan dan bagaimana data tersebut digunakan. Kondisi ini diperburuk oleh lemahnya pengawasan terhadap pelaksanaan UU PDP dan kurangnya sanksi tegas terhadap pelanggaran yang terjadi. Studi internasional menegaskan bahwa penyedia platform yang mengedepankan kejelasan komunikasi, literasi digital, dan pengelolaan data yang transparan terbukti mampu meningkatkan loyalitas pengguna hingga 40% (Milne, Labrecque, & Cromer, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komunikasi platform digital dalam penggunaan data konsumen melalui perspektif etika komunikasi serta meninjau sejauh mana aspek hukum mendukung penerapan prinsip-prinsip tersebut. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis literatur dan observasi kebijakan privasi platform digital populer di Indonesia. Hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi digital sekaligus memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kepatuhan platform terhadap prinsip etika dan regulasi perlindungan data pribadi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis dokumen untuk mengeksplorasi praktik komunikasi etis dan aspek hukum dalam penggunaan data konsumen oleh platform digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami secara mendalam konteks, makna, dan dinamika komunikasi yang terjadi antara penyedia platform dan pengguna. Data penelitian diperoleh melalui telaah kebijakan privasi, peraturan perundang-undangan terkait, serta publikasi ilmiah internasional dan nasional yang relevan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi tematik (*thematic content analysis*), yang dilakukan melalui proses identifikasi, kategorisasi, dan interpretasi tema-tema utama terkait transparansi komunikasi, persetujuan pengguna, dan kepatuhan hukum (Braun & Clarke, 2019). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai integrasi antara prinsip etika komunikasi dan efektivitas regulasi perlindungan data pribadi dalam konteks ekosistem digital di Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Praktik Komunikasi dalam Penggunaan Data Konsumen oleh Platform Digital*

Berdasarkan hasil analisis dokumen dan observasi pada beberapa platform digital populer di Indonesia (seperti Tokopedia, Shopee, dan Instagram), ditemukan bahwa penyampaian informasi terkait pengumpulan dan penggunaan data konsumen umumnya dilakukan melalui dokumen Kebijakan Privasi dan Syarat & Ketentuan Layanan. Namun, mayoritas informasi tersebut disajikan dalam bahasa hukum dan teknis yang sulit dipahami oleh pengguna awam.

Dalam wawancara dengan seorang praktisi komunikasi digital, disebutkan bahwa sebagian besar perusahaan menyusun kebijakan privasi lebih untuk memenuhi syarat hukum daripada sebagai bentuk komunikasi yang etis. Hal ini ditunjukkan oleh minimnya upaya untuk menyampaikan informasi secara ringkas, visual, atau interaktif. Informasi soal data memang ada, tapi disisipkan dalam paragraf panjang dan jarang dibaca pengguna. Jadi secara hukum memang aman, tapi secara etika, ini bisa dianggap manipulative.

Pencitraan penggunaan Sosial Media dari konten menjadi bagian komunikasi digital, sehingga mendapatkan manfaat dalam mengaktualisasikan diri dan menjadikan sosial media sebagai kegiatan maupun rutinitas yang menyenangkan. Hal tersebut menjadi sebuah konten yang dipublikasikan oleh setiap individu dalam berkomunikasi secara sosial. Fitur-fitur yang ada pada sosial media dapat digunakan dalam pengembangan softskill beserta tren yang sering diminati oleh para penikmat sosial media. (Sutinnarto, 2023). Diharapkan penggunaan media sosial yang membutuhkan data pribadi konsumen dapat dijaga kerahasiaannya oleh platform digital dan penggunaan media sosial dapat digunakan sebagaimana mestinya.

### *Analisis Etika Komunikasi: Transparansi, Kejujuran, dan Persetujuan*

Mengacu pada teori komunikasi etis, tiga prinsip utama yang dianalisis adalah transparansi, kejujuran, dan otonomi pengguna (dalam bentuk persetujuan sadar).

#### 1. Transparansi

Platform digital cenderung kurang transparan dalam menyampaikan detail mengenai jenis data yang dikumpulkan, tujuan penggunaannya, dan kemungkinan dibagikan ke pihak ketiga. Kalimat seperti "untuk meningkatkan layanan" sering digunakan tanpa penjelasan lebih lanjut, menimbulkan ambiguitas dalam interpretasi pengguna.

#### 2. Kejujuran dan Kejelasan

Meskipun tidak ada informasi yang secara eksplisit salah, penyampaian yang terlalu teknis dan tidak ramah pengguna dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dalam komunikasi. Informasi penting cenderung dikaburkan dalam redaksi yang panjang dan membingungkan.

#### 3. Persetujuan Pengguna

Mekanisme persetujuan bersifat formalitas (consent by default). Pengguna hanya dapat melanjutkan penggunaan layanan jika menyetujui seluruh

ketentuan, tanpa pilihan untuk menolak sebagian. Hal ini mengindikasikan lemahnya prinsip otonomi pengguna dalam proses komunikasi digital.

### ***Tinjauan Hukum: Perlindungan Data Konsumen di Indonesia***

Terkait Penyelenggaraan Sistem Elektronik berkaitan perlindungan data konsumen beberapa yang diaplikasikan yang terdaftar dalam kementerian komunikasi dan informasi berdasarkan pada PP no 50 Tahun 2020, baik terdapat dampak negative yang dalam situs, web atau beberapa aplikasi online. Sehingga diperlukan adanya badan pengawasan dalam menjaga keamanan dan ketertiban secara penggunaan data pribadi (Zain Arfin, 2024)

Berdasarkan analisis terhadap regulasi yang berlaku, khususnya Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), telah terdapat kerangka hukum yang mengatur hak-hak konsumen terkait data pribadi. Namun, implementasi di lapangan masih belum optimal. Banyak platform digital yang beroperasi lintas negara belum sepenuhnya mematuhi ketentuan UU PDP, terutama dalam hal kewajiban untuk menjelaskan pemrosesan data dan memperoleh persetujuan eksplisit dari pengguna. Secara normatif hukum kita sudah mulai memadai, tapi dalam praktiknya belum banyak yang berubah dari sisi komunikasi atau pengalaman pengguna,”

Penyelenggaraan sistem elektronik dalam menjaganya sistem informasi dalam era digital dikarenakan banyak ketergantuan atas sosial media dalam pendaftarannya menggunakan data pribadi. Penyelenggaraan Sistem Elektronik (PSE) harus mematuhi Standar Operasional Prosedure (SOP) yang telah ditetapkan perundang-undangan. PSE dalam hal lingkup privat wajib memastikan dalam sistem elektroniknya tidak memuat informasi bersifat ilegal dan/atau dokumen elektronik yang dilarang. Penyebarluasan informasi elektronik tidak diperkenankan dalam memfasiliasi hal-hal yang dilarang, hal tersebut diatur pada pasal 9 ayat (3) Permenkominfo 5/2020. (Zain Arfin, 2024).

### ***Kesenjangan Antara Etika Komunikasi dan Regulasi Hukum***

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara prinsip komunikasi etis dan implementasi hukum. Walaupun hukum mewajibkan adanya persetujuan dan hak atas informasi, dalam praktiknya penyampaian informasi oleh platform cenderung tidak mengedepankan etika komunikasi. Ini mengarah pada situasi di mana hukum terpenuhi secara formal, namun substansi etis tidak dijalankan.

Penelitian ini dilakukan melalui studi dokumen terhadap kebijakan privasi pada tiga platform digital populer di Indonesia (Tokopedia, Shopee, dan Instagram), observasi non-partisipatif terhadap tampilan komunikasi digital di situs dan aplikasi, serta wawancara mendalam dengan empat informan: dua praktisi komunikasi digital, satu akademisi di bidang komunikasi, dan satu pakar hukum perlindungan data. Hasil penelitian diuraikan dalam tiga temuan utama berikut:

### 1. **Komunikasi Platform Digital Belum Mengedepankan Etika Komunikasi**

Berdasarkan hasil observasi dan analisis dokumen kebijakan privasi, ditemukan bahwa sebagian besar platform digital menggunakan bahasa yang panjang, teknis, dan tidak komunikatif. Informasi penting seperti jenis data yang dikumpulkan, tujuan pengolahan data, dan kemungkinan pembagian data dengan pihak ketiga tidak disampaikan secara langsung atau mudah dipahami. Tidak ada platform yang menggunakan infografis, video singkat, atau cara interaktif dalam menjelaskan kebijakan data. Pengguna hanya diminta mencentang atau menyetujui tanpa pemahaman mendalam. Penyampaian informasi ini lebih ditujukan untuk memenuhi kewajiban hukum, bukan untuk membangun komunikasi yang etis. Hal ini bertentangan dengan prinsip dalam teori komunikasi etis, yang menekankan pentingnya transparansi, kejujuran, dan penghormatan terhadap otonomi komunikasi.

### 2. **Mekanisme Persetujuan Cenderung Sepihak dan Tidak Informatif**

Dalam semua platform yang diteliti, proses persetujuan data dilakukan dalam satu langkah otomatis, yaitu dengan menyetujui seluruh syarat dan kebijakan saat mendaftar atau menggunakan aplikasi. Tidak ada opsi bagi pengguna untuk memilih atau menolak jenis data tertentu yang dikumpulkan. Komunikasi semacam ini bersifat informasi-searah, tanpa negosiasi makna antara pengguna dan penyedia platform, yang dalam komunikasi etis dianggap tidak ideal karena melemahkan posisi pengguna sebagai pihak yang berhak menentukan.

### 3. **Regulasi Hukum Masih Lemah dalam Implementasi**

Secara normatif, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia telah mengatur prinsip-prinsip perlindungan data, termasuk hak atas informasi dan hak untuk memberikan persetujuan. Namun, wawancara dengan pakar hukum menunjukkan bahwa pelaksanaan di lapangan masih jauh dari ideal. Tidak ada sanksi tegas terhadap platform yang menyampaikan informasi secara kabur, dan mekanisme pengaduan dari pengguna masih minim. Hukum kita cukup progresif, tapi tidak didukung oleh ekosistem pelaksanaannya. Dari sisi komunikasi, undang-undangnya tidak menjelaskan standar etika komunikasi yang harus diterapkan.

### 4. **Kesenjangan antara Hukum dan Etika Komunikasi**

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kerangka hukum dan penerapan etika komunikasi oleh platform digital. Platform merasa cukup dengan menyediakan kebijakan tertulis yang panjang, tanpa mempertimbangkan apakah pengguna benar-benar memahami atau menyetujui isi kebijakan tersebut. Di sisi lain, hukum belum memberikan tekanan khusus terhadap aspek komunikasi—seperti kejelasan pesan atau keterbacaan informasi yang padahal sangat krusial dalam konteks etis.

## **SIMPULAN**

Kesimpulan, praktik komunikasi platform digital dalam pengelolaan data konsumen di Indonesia masih menghadapi tantangan signifikan baik dari aspek

etika maupun kepatuhan hukum. Sebagian besar platform belum sepenuhnya menerapkan prinsip komunikasi etis, khususnya terkait transparansi informasi, kejelasan penyampaian, dan mekanisme persetujuan pengguna yang adil. Meskipun Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) telah memberikan kerangka regulasi yang memadai, implementasinya masih lemah akibat rendahnya literasi digital konsumen, minimnya pengawasan, serta kurangnya sanksi tegas terhadap pelanggaran. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi antara prinsip etika komunikasi dan kepastian hukum guna membangun kepercayaan publik, meningkatkan perlindungan data pribadi, dan menciptakan ekosistem digital yang lebih transparan, akuntabel, dan berorientasi pada perlindungan hak konsumen.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arfin Utama, Z. (2024). *Pembaharuan sistem hukum terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dalam pencegahan kejahatan*. Synergy: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(1), 1-15.
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589-597. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1628806>
- Bungin, B. (2011). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi* (3rd ed.). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Christians, C. G., Ferré, J. P., & Fackler, M. (2011). *Ethics for public communication: Cases and controversies* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Iriantara, Y. (2009). *Komunikasi dan etika media: Dari media konvensional ke media baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Isaak, J., & Hanna, M. J. (2018). User data privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and privacy protection. *Computer*, 51(8), 56-59. <https://doi.org/10.1109/MC.2018.3191268>
- Johannesen, R. L., Valde, K. S., & Whedbee, K. E. (2008). *Ethics in human communication* (6th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*. Jakarta: KOMINFO.
- Martin, K. D., & Murphy, P. E. (2017). The role of data privacy in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(2), 135-155. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0495-4>
- Nasrullah, R. (2021). *Komunikasi digital: Perspektif teori dan praktik di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Solove, D. J. (2021). *Understanding privacy in the digital age*. Oxford: Oxford University Press.
- Sutinnarto. (2023). Tiktok menjadi tren 2022 di platform sosial media. *Journal of Social and Political Science*, 3(1), 101–114. Universitas Selamat Sri.
- Susser, D., Roessler, B., & Nissenbaum, H. (2019). Online manipulation: Hidden influences in a digital world. *Journal of Ethics and Information Technology*, 21(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10676-018-9493-5>
- Voigt, P., & Von dem Bussche, A. (2021). *The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A practical guide* (2nd ed.). Cham: Springer.
- Zubair, A. (2020). *Hukum dan regulasi perlindungan data pribadi di Indonesia: Tinjauan terhadap praktik digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.