



PERLINDUNGAN HUKUM HAK PUBLISITAS TERHADAP EKSPLOITASI TEKNOLOGI DEEPPAKE AI DALAM KONTEKS KOMERSIAL MENURUT HUKUM POSITIF DI INDONESIA

Belicia Widhyana Yulia Putri

Program Studi Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

Abstrak

Penelitian ini membahas perlindungan hukum terhadap hak publisitas dalam menghadapi fenomena eksploitasi teknologi deepfake berbasis AI untuk kepentingan komersial di Indonesia. Teknologi deepfake mampu memanipulasi wajah, suara, maupun gerak tubuh seseorang secara realistis sehingga tampak seolah-olah individu tersebut benar-benar melakukan suatu tindakan atau mengucapkan sesuatu, padahal tidak demikian. Kondisi ini menimbulkan permasalahan serius karena identitas pribadi seseorang dapat dimanfaatkan tanpa izin untuk memperoleh keuntungan ekonomi, yang pada dasarnya melanggar hak moral dan ekonomi individu. Hak publisitas, yang memberikan kendali bagi seseorang atas penggunaan identitas pribadinya untuk tujuan komersial, seharusnya menjadi dasar perlindungan terhadap praktik semacam ini. Melalui pendekatan yuridis normatif, penelitian ini menelaah berbagai ketentuan dalam peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta praktik hukum di beberapa negara guna menilai sejauh mana sistem hukum Indonesia mampu memberikan perlindungan terhadap hak publisitas di era digital. Analisis dilakukan secara deduktif dan kualitatif dengan menitikberatkan pada relevansi norma hukum positif Indonesia—terutama UU Hak Cipta, UU ITE, serta KUHPerdato—dalam mengatur penggunaan identitas pribadi untuk kepentingan komersial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hingga saat ini Indonesia belum memiliki regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur hak publisitas sebagai bagian dari perlindungan hukum atas identitas pribadi. Kekosongan hukum ini menimbulkan kesenjangan antara kemajuan teknologi dan kemampuan sistem hukum nasional dalam merespons dampak negatif deepfake. Perlindungan yang bersifat analogis dari hukum yang ada belum memadai, terutama karena tantangan pembuktian dan kompleksitas teknologi digital yang digunakan. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan hukum yang komprehensif melalui pembentukan peraturan khusus tentang perlindungan hak publisitas dan identitas digital, yang tidak hanya bersifat represif terhadap pelanggaran, tetapi juga preventif dalam mencegah penyalahgunaan teknologi AI di bidang komersial.

Kata Kunci: Hak Publisitas, Deepfake AI, Perlindungan Hukum, Identitas Digital, Hukum Positif Indonesia.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada era modern menunjukkan kemajuan yang sangat pesat, salah satunya ditandai dengan hadirnya *artificial intelligence* ("AI") atau kecerdasan buatan. Tahun 2023 menjadi momentum penting ketika teknologi ini menarik perhatian dunia karena kemampuan dan kecanggihannya yang semakin luar biasa. Berdasarkan informasi dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia, AI merupakan suatu bentuk teknologi dalam bidang ilmu komputer yang dirancang untuk meniru kemampuan intelektual manusia, seperti berpikir, belajar, dan memecahkan masalah secara mandiri (Santika, 2024). Kehadiran AI membawa transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi, pendidikan, pelayanan publik, hingga sistem hukum. Di Indonesia, implementasi teknologi kecerdasan buatan memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan teknologi nasional, terutama dalam menciptakan efisiensi, meningkatkan produktivitas, serta mempermudah aktivitas masyarakat di berbagai bidang. Namun demikian, kemajuan ini juga menimbulkan tantangan baru dalam aspek etika, hukum, dan perlindungan data, yang menuntut adanya pengaturan hukum yang komprehensif agar pemanfaatan AI dapat berjalan sejalan dengan prinsip keadilan, keamanan, dan tanggung jawab sosial.

Di balik pesatnya kemajuan dan berbagai kemudahan yang dihadirkan oleh teknologi AI, terdapat tantangan serius yang harus dihadapi, terutama ketika penggunaannya tidak disertai

dengan etika dan perangkat hukum yang memadai. AI yang pada dasarnya diciptakan untuk membantu dan mempermudah kehidupan manusia, justru dapat berubah menjadi instrumen yang merugikan apabila digunakan secara tidak bertanggung jawab atau untuk tujuan yang melanggar hukum. Salah satu bentuk perkembangan AI yang saat ini mendapat perhatian luas adalah teknologi *deepfake*, yakni teknologi yang mampu memanipulasi gambar, video, dan suara seseorang sehingga tampak seolah-olah seseorang melakukan atau mengucapkan sesuatu yang sebenarnya tidak pernah terjadi.

Istilah *deepfake* sendiri berasal dari gabungan kata *deep learning* dan *fake*, yang secara sederhana berarti proses penciptaan representasi palsu menggunakan teknik pembelajaran mendalam (*deep learning*) untuk menghasilkan konten visual atau audio yang menyerupai kenyataan. Perkembangan teknologi *deepfake* memiliki dua sisi yang kontras (Noerman & Ibrahim, 2024). Dari satu sisi, teknologi ini membawa potensi positif, khususnya di sektor industri kreatif, seperti dunia perfilman, periklanan, dan media digital. Dengan teknologi ini, sineas dapat menciptakan efek visual yang lebih realistis, menghidupkan kembali tokoh atau aktor yang telah meninggal, bahkan menghasilkan konten yang tampak alami tanpa perlu kehadiran fisik seseorang. Teknologi ini juga berpotensi menekan biaya produksi dan membuka peluang inovasi baru dalam dunia hiburan serta pendidikan. Namun di sisi lain, *deepfake*

menimbulkan risiko hukum dan sosial yang sangat signifikan. Penyalahgunaan teknologi ini dapat mengakibatkan penyebaran informasi palsu, penipuan digital, pelanggaran privasi, serta pencemaran nama baik dan penyalahgunaan identitas individu. Dalam konteks hukum, fenomena ini menimbulkan tantangan baru dalam hal pembuktian keaslian data digital dan perlindungan terhadap hak-hak pribadi. Oleh karena itu, urgensi pembentukan regulasi khusus mengenai penggunaan dan penyalahgunaan teknologi *deepfake* menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa kemajuan teknologi tidak bertentangan dengan prinsip keadilan, keamanan, dan perlindungan hukum bagi setiap individu.

Konten *deepfake* dalam iklan komersial merupakan salah satu fenomena baru dalam ranah hukum dan etika digital yang menimbulkan persoalan serius terkait dengan penyalahgunaan identitas individu. Dalam praktiknya, teknologi ini menggunakan potret, suara, dan video seseorang untuk menciptakan representasi palsu yang tampak seolah-olah individu tersebut benar-benar terlibat dalam kegiatan promosi atau endorsement suatu produk. Penggunaan teknologi semacam ini menjadi semakin mudah karena akses terhadap data pribadi di dunia maya sangat terbuka, di mana berbagai foto, rekaman suara, atau video individu dengan mudah dapat diperoleh melalui platform media sosial dan situs berbagi konten. Fenomena ini mengandung potensi pelanggaran hukum karena pada dasarnya *deepfake* komersial menggunakan elemen identitas pribadi tanpa izin atau persetujuan dari individu yang bersangkutan. Akibatnya, seseorang dapat muncul dalam sebuah iklan atau kampanye promosi secara digital tanpa pernah mengetahui, apalagi menyetujui, keterlibatannya. Kondisi semacam ini mencerminkan adanya manipulasi dan

pelanggaran hak privasi, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip perlindungan data pribadi serta asas kesepakatan yang menjadi dasar dalam hukum perikatan. Selain menimbulkan kerugian moral dan reputasional bagi individu yang identitasnya disalahgunakan, *deepfake* iklan komersial juga dapat menimbulkan dampak hukum bagi pihak yang memproduksi atau mendistribusikannya. Hal ini karena tindakan tersebut berpotensi melanggar ketentuan hukum yang mengatur tentang hak atas potret, hak kekayaan intelektual, serta perlindungan terhadap data pribadi sebagaimana diatur dalam berbagai instrumen hukum nasional.

Konsep hak publisitas atau yang dikenal dengan istilah Right of Publicity merupakan bentuk perlindungan hukum yang memberikan kendali penuh kepada individu terhadap penggunaan identitas pribadinya untuk kepentingan komersial. Hak ini mencakup segala bentuk unsur identitas seseorang, seperti nama, wajah, suara, citra, tanda tangan, maupun karakteristik khas lainnya yang dapat mengasosiasikan individu tersebut dengan suatu produk, jasa, atau kegiatan ekonomi tertentu. Dalam konteks hukum modern, keberadaan hak publisitas memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam menghadapi fenomena *deepfake* yang kian marak digunakan dalam ranah iklan digital dan promosi komersial tanpa izin dari pemilik identitas yang sebenarnya. Melalui pengakuan atas hak publisitas, seorang individu berhak untuk menentukan, mengizinkan, atau menolak penggunaan identitas pribadinya oleh pihak lain, terutama jika penggunaan tersebut bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi. Perlindungan semacam ini menjadi instrumen hukum yang efektif untuk mencegah eksploitasi identitas pribadi secara tidak sah, seperti penggunaan wajah atau suara seseorang dalam iklan

berbasis *deepfake* yang menampilkan seolah-olah individu tersebut mendukung atau terlibat dalam promosi suatu produk. Dengan demikian, hak publisitas dapat berfungsi sebagai benteng hukum terhadap pelanggaran martabat pribadi sekaligus memberikan jaminan ekonomi bagi pemilik identitas atas pemanfaatan komersial yang sah. Namun demikian, dalam konteks kerangka hukum nasional Indonesia, hingga saat ini hak publisitas belum memiliki pengaturan yang eksplisit dan komprehensif di dalam peraturan perundang-undangan (Preminger & Kugler, 2024).

Perlindungan terhadap aspek identitas pribadi umumnya masih tersebar dalam berbagai regulasi, seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta ("UU Hak Cipta"), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ("UU ITE") beserta perubahannya, serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi ("UU PDP"). Akan tetapi, ketentuan-ketentuan tersebut belum secara spesifik mengatur penggunaan identitas seseorang untuk tujuan komersial, sehingga menimbulkan kekosongan hukum (*legal vacuum*) yang berpotensi membuka peluang penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Ketidadaan pengaturan hukum yang tegas terkait hak publisitas dapat berimplikasi serius, terutama di era digital yang ditandai oleh kemudahan replikasi dan distribusi data pribadi. Dalam situasi seperti ini, seseorang dapat menjadi korban eksploitasi identitas digital tanpa memiliki dasar hukum yang kuat untuk menuntut pertanggungjawaban pelaku. Oleh karena itu, menjadi sangat mendesak bagi pembentuk undang-undang di Indonesia untuk menyusun peraturan khusus yang mengatur secara rinci mengenai hak publisitas, baik dalam

bentuk undang-undang tersendiri maupun sebagai bagian dari revisi terhadap peraturan yang telah ada.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka Penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum mengenai perlindungan hak publisitas terhadap eksploitasi teknologi *deepfake* AI dalam aktivitas komersial di Indonesia

2. Bagaimana Upaya hukum apa yang dapat dilakukan untuk memperkuat perlindungan hak publisitas terhadap eksploitasi teknologi *deepfake* AI dalam kerangka hukum positif di Indonesia?

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan tesis ini, peneliti menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yang juga dikenal sebagai metode penelitian hukum normatif. Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling tepat untuk menganalisis persoalan hukum yang menjadi fokus kajian tesis secara konseptual dan sistematis. Metode penelitian yuridis normatif pada dasarnya merupakan penelitian hukum yang bersifat kepustakaan (*library research*), di mana sumber data utamanya berasal dari bahan-bahan hukum tertulis atau data sekunder, bukan dari hasil observasi lapangan. Penelitian dengan pendekatan ini menitikberatkan pada pengkajian terhadap norma-norma hukum positif, baik yang termuat dalam peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, asas-asas hukum, maupun putusan pengadilan yang relevan dengan isu yang dikaji. Dengan demikian, penelitian ini lebih bersifat teoritis dan konseptual, karena bertujuan untuk menemukan, mengklarifikasi, serta memberikan interpretasi terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Dalam proses analisisnya,

peneliti menggunakan metode berpikir deduktif, yaitu pola penalaran yang berangkat dari hal-hal yang bersifat umum menuju ke hal-hal yang bersifat khusus. Artinya, peneliti terlebih dahulu menelaah prinsip-prinsip hukum yang bersifat umum dan telah diakui kebenarannya dalam sistem hukum, kemudian menarik kesimpulan yang lebih spesifik untuk menjelaskan permasalahan yang menjadi objek penelitian. Pendekatan deduktif ini penting agar hasil analisis memiliki dasar argumentasi yang logis dan sistematis, serta sejalan dengan kaidah penalaran ilmiah dalam bidang hukum (Sunggono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum Mengenai Perlindungan Hak Publisitas Terhadap Eksploitasi Teknologi Deepfake AI dalam Aktivitas Komersial di Indonesia

Manipulasi terhadap berbagai bentuk media digital seperti foto, video, dan suara saat ini telah menjadi ancaman serius terhadap identitas individu, karena teknologi memungkinkan siapapun untuk mengubah atau meniru citra seseorang dengan tingkat realisme yang sangat tinggi. Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan AI telah melahirkan fenomena *deepfake*, yaitu suatu bentuk inovasi teknologi yang mampu menciptakan representasi visual atau audio yang tampak autentik, padahal sejatinya hasil rekayasa komputer. Teknologi ini bekerja dengan memanfaatkan algoritma deep learning, di mana sistem AI dilatih menggunakan data biometrik seseorang seperti ekspresi wajah, gerakan bibir, atau suara untuk kemudian merekonstruksi dan menempelkan karakteristik tersebut ke wajah atau suara orang lain secara sangat halus dan realistis.

Deepfake pada dasarnya menghasilkan konten palsu yang hampir tidak dapat dibedakan dari konten asli,

baik berupa gambar, video, maupun audio. Dengan teknik seperti autoencoder dan *generative adversarial networks* (GANs), sistem AI mampu meniru pola dan gerakan wajah seseorang, sehingga seolah-olah individu tersebut benar-benar mengatakan atau melakukan sesuatu yang tidak pernah terjadi. Dalam konteks ini, deepfake bukan sekadar hasil manipulasi visual, melainkan merupakan bentuk representasi buatan yang berpotensi mengancam keaslian data dan integritas identitas pribadi. Lebih jauh, kemunculan *deepfake* telah menimbulkan tantangan baru bagi sistem hukum dan etika digital, karena teknologi ini kini dapat diakses secara bebas oleh masyarakat umum, bahkan tanpa memerlukan kemampuan teknis tingkat tinggi.

Kemudahan akses tersebut didorong oleh hadirnya berbagai perangkat lunak (*software*) dan alat daring (*online tools*) yang dapat digunakan secara gratis untuk membuat konten *deepfake*. Siapa pun, termasuk orang awam tanpa latar belakang teknologi, kini dapat menghasilkan video palsu dengan tampilan yang sangat meyakinkan hanya melalui beberapa langkah sederhana. Dua platform yang paling dikenal dalam pengembangan *deepfake* saat ini adalah *Deep Face Lab* dan *Face Swap*, keduanya dikembangkan oleh komunitas pemrogram anonim yang menyediakan perangkat pembuatan *deepfake* secara terbuka melalui internet. Ketersediaan platform semacam ini menyebabkan proliferasi konten manipulatif semakin sulit dikendalikan, karena tidak ada batasan teknis maupun hukum yang efektif dalam mencegah penggunaannya. Akibatnya, potensi penyalahgunaan *deepfake* dalam konteks komersial, politik, maupun privasi individu semakin meningkat dan berimplikasi langsung terhadap pelanggaran hak atas nama baik, perlindungan data pribadi, serta

kepercayaan publik terhadap informasi digital (Cole, 2019).

Dalam konteks hukum di Indonesia, regulasi mengenai fenomena *deepfake* hingga saat ini belum diatur secara spesifik dalam suatu peraturan perundang-undangan yang secara eksplisit menyebutkan istilah tersebut sebagai bentuk tindak pidana tersendiri. Namun demikian, meskipun belum ada norma yang secara langsung mengatur mengenai *deepfake*, beberapa ketentuan hukum positif yang telah berlaku dapat dijadikan dasar untuk menjerat pelaku penyebaran maupun pembuatan konten *deepfake*, terutama apabila konten tersebut menimbulkan kerugian terhadap pihak lain, baik berupa kerugian moral, reputasi, maupun ekonomi. Ketidadaan pengaturan khusus ini menciptakan tantangan tersendiri dalam sistem hukum nasional, terutama dalam konteks penegakan hukum pidana di era digital. Perkembangan teknologi AI yang begitu cepat sering kali tidak diimbangi dengan kecepatan pembaruan regulasi, sehingga muncul kesenjangan antara kemajuan teknologi dan instrumen hukum yang mengaturnya (Faber, 2025).

Dalam praktik penegakan hukum, aparat kerap dihadapkan pada tantangan serius ketika harus membuktikan unsur-unsur delik yang berkaitan dengan penyebaran konten *deepfake*. Kesulitan ini terutama muncul karena teknologi *deepfake* mampu menciptakan citra atau rekaman yang tampak autentik, sehingga batas antara data asli dan hasil rekayasa menjadi sangat kabur. Kondisi tersebut menjadikan proses identifikasi pelaku maupun pembuktian niat jahat (*mens rea*) jauh lebih kompleks dibandingkan dengan kasus-kasus konvensional. Dalam konteks hukum pidana positif Indonesia, penyebaran konten *deepfake* dapat masuk dalam rezim pertanggungjawaban pidana di bidang

informasi dan transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam UU ITE. Salah satu ketentuan yang memiliki relevansi langsung adalah Pasal 27 ayat (3), yang melarang setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak untuk mendistribusikan, mentransmisikan, atau membuat dapat diaksesnya informasi atau dokumen elektronik yang bermuatan penghinaan maupun pencemaran nama baik. Norma tersebut dapat dijadikan dasar pemidanaan terhadap pelaku yang menggunakan konten *deepfake* sebagai alat untuk menyerang integritas pribadi seseorang, menghancurkan reputasi, atau menyebarkan informasi palsu yang menimbulkan kerugian bagi korban.

Pelaku yang terbukti bersalah dapat dijatuhi sanksi pidana berupa pidana penjara paling lama empat tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah). Namun demikian, penerapan ketentuan ini tidak lepas dari sejumlah kendala yuridis dan teknis, terutama dalam hal pembuktian unsur subjektif dan objektif tindak pidana, yakni apakah konten tersebut benar-benar dimaksudkan untuk menghina atau mencemarkan nama baik seseorang. Banyak kasus *deepfake* yang dikemas dalam bentuk parodi, humor, atau satir, sehingga membuka ruang interpretasi bagi pelaku untuk menghindari jerat hukum dengan dalih kebebasan berekspresi atau tidak adanya niat jahat (*mens rea*). Selain itu, tantangan lain terletak pada aspek autentikasi dan validitas alat bukti elektronik, karena untuk membuktikan bahwa suatu konten merupakan hasil manipulasi *deepfake* dibutuhkan keahlian forensik digital serta perangkat analisis teknologi canggih yang belum sepenuhnya dimiliki oleh semua lembaga penegak hukum di Indonesia.

Kondisi ini menunjukkan perlunya pembaharuan hukum pidana dan kebijakan legislasi yang lebih

adaptif, agar sistem hukum nasional mampu menjawab kompleksitas tindak pidana di era digital, khususnya dalam menghadapi fenomena *deepfake* sebagai ancaman terhadap privasi, kehormatan, dan kepercayaan publik terhadap informasi elektronik. Dengan demikian, meskipun UU ITE dapat dijadikan dasar hukum sementara, Indonesia tetap membutuhkan regulasi khusus yang secara komprehensif mengatur mengenai penyalahgunaan teknologi *deepfake*, termasuk pengaturan mengenai hak privasi, perlindungan data pribadi, serta batasan etis dalam pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan untuk tujuan komersial maupun sosial (Amelia et al., 2024).

Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan untuk Memperkuat Perlindungan Hak Publisitas Terhadap Eksploitasi Teknologi *Deepfake* AI dalam Kerangka Hukum Positif di Indonesia

Hak publisitas atau *Right of Publicity* merupakan suatu hak eksklusif yang melekat pada diri seseorang untuk mengendalikan dan memberikan izin atas penggunaan identitas pribadinya, khususnya dalam konteks komersial. Hak ini memberikan wewenang kepada individu untuk menentukan apakah elemen-elemen yang menjadi bagian dari identitasnya dapat dimanfaatkan oleh pihak lain demi memperoleh keuntungan ekonomi. Identitas yang dilindungi dalam kerangka hak publisitas mencakup berbagai aspek personal seperti nama, foto, citra, suara, serta kemiripan wajah atau karakteristik khas yang menjadi pembeda seseorang dari individu lainnya. Karena sifat identitas tersebut bersifat unik dan tidak dapat direplikasi oleh orang lain, setiap bentuk pemanfaatannya dalam kegiatan ekonomi atau promosi harus terlebih dahulu didasarkan pada persetujuan pemilik identitas. Dengan demikian, hak publisitas berfungsi sebagai instrumen

hukum untuk menjamin kontrol individu terhadap nilai ekonomi yang terkandung dalam dirinya, serta melindungi dari eksploitasi tanpa izin yang dapat merugikan secara moral maupun finansial.

Gagasan mengenai hak publisitas pertama kali muncul dan berkembang di Amerika Serikat sebagai hasil evolusi dari konsep hak privasi (*Right of Privacy*). Tonggak awalnya dapat ditelusuri melalui karya ilmiah klasik berjudul "*The Right of Privacy*" yang ditulis oleh Samuel D. Warren dan Louis D. Brandeis pada akhir abad ke-19 (Matheus & Gunadi, 2024). Tulisan tersebut menekankan urgensi perlindungan terhadap kehidupan pribadi dari intervensi atau penyalahgunaan oleh pihak lain, terutama oleh media massa yang pada masa itu mulai berkembang pesat. Namun, seiring dengan kemajuan industri hiburan dan periklanan, timbul kebutuhan baru untuk memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan identitas seseorang dalam ranah ekonomi (Post & Rothman, 2020). Dalam konteks inilah, hak publisitas lahir sebagai pengembangan dari hak privasi, dengan fokus utama pada aspek komersialisasi identitas. Berbeda dengan hak privasi yang menekankan pada perlindungan terhadap gangguan atau penyebaran informasi pribadi tanpa izin, hak publisitas lebih berorientasi pada perlindungan nilai ekonomi dan reputasi individu.

Hak ini mengakui bahwa identitas seseorang memiliki nilai komersial yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan, seperti dalam penggunaan nama artis, atlet, atau tokoh publik dalam iklan dan kampanye produk. Oleh sebab itu, pelanggaran terhadap hak publisitas tidak semata-mata berkaitan dengan pelanggaran terhadap privasi, melainkan juga terhadap hak ekonomi dan moral yang melekat pada individu sebagai subjek

hukum. Dalam praktiknya, hak publisitas berperan penting untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan perlindungan hak individu. Ia memberikan ruang bagi seseorang untuk menikmati manfaat ekonomi dari ketenaran atau keunikan pribadinya tanpa takut identitasnya disalahgunakan oleh pihak lain. Selain itu, hak ini juga menjadi dasar hukum bagi individu untuk menuntut ganti rugi apabila terjadi pelanggaran dalam bentuk eksploitasi identitas tanpa izin, baik dalam iklan, film, karya digital, maupun teknologi berbasis kecerdasan buatan seperti *deepfake*.

Di berbagai negara, pengaturan mengenai hak publisitas menunjukkan variasi dalam hal ruang lingkup dan mekanisme perlindungannya. Meskipun terdapat perbedaan dalam cara penerapannya, pada prinsipnya seluruh sistem hukum yang mengakui hak ini memiliki tujuan yang sama, yakni memberikan perlindungan menyeluruh terhadap identitas pribadi seseorang yang memiliki nilai komersial. Identitas tersebut meliputi unsur-unsur yang secara inheren melekat pada diri individu, seperti nama, gambar atau potret, suara, kemiripan wajah, serta ciri khas tertentu yang dapat digunakan untuk mengenali dan membedakan individu tersebut dari orang lain. Hak publisitas berfungsi untuk menjamin agar elemen-elemen identitas tersebut tidak digunakan secara tidak sah oleh pihak lain untuk memperoleh keuntungan ekonomi tanpa adanya izin dari pemilik identitas. Dalam praktik hukum internasional, pendekatan terhadap hak publisitas dapat dibedakan menjadi dua model utama.

Beberapa negara, seperti Amerika Serikat dan Jerman, telah mengatur hak publisitas secara tegas dan komprehensif dalam undang-undang tersendiri, sehingga individu memiliki dasar hukum yang jelas untuk menuntut

ganti rugi apabila terjadi pelanggaran. Di sisi lain, terdapat negara-negara yang belum memiliki regulasi khusus, namun mengakui dan menerapkan hak publisitas melalui analogi atau penafsiran dari peraturan hukum lain, seperti hukum kekayaan intelektual, hukum privasi, atau hukum perdata umum. Pendekatan ini dilakukan untuk tetap memberikan perlindungan hukum yang memadai meskipun belum terdapat ketentuan eksplisit mengenai hak tersebut. Situasi di Indonesia dapat digolongkan dalam kategori kedua (Helling, 2005). Hingga saat ini, sistem hukum Indonesia belum mengatur hak publisitas secara khusus dan tersendiri, baik dalam undang-undang kekayaan intelektual maupun dalam peraturan perundang-undangan lainnya. Namun demikian, beberapa unsur hak publisitas secara implisit telah tercermin dalam berbagai peraturan yang ada, seperti UU Hak Cipta, UU ITE, serta KUHPerdata. Regulasi tersebut dapat dijadikan dasar normatif untuk menilai tindakan pelanggaran yang berkaitan dengan penggunaan identitas seseorang tanpa izin, khususnya dalam konteks komersial maupun digital.

Dalam kerangka perlindungan hukum, upaya untuk menjaga dan menegakkan hak publisitas dapat dibedakan menjadi dua bentuk utama, yakni perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan preventif berorientasi pada pencegahan agar pelanggaran tidak terjadi. Bentuk perlindungan ini dapat diwujudkan melalui mekanisme perizinan tertulis, edukasi publik mengenai pentingnya hak identitas, serta penerapan kode etik dalam industri kreatif dan media. Dengan adanya perlindungan preventif, diharapkan masyarakat dan pelaku usaha memahami bahwa penggunaan identitas seseorang harus didasarkan pada persetujuan yang sah dan tidak boleh dilakukan secara sepihak.

Sementara itu, perlindungan represif merupakan bentuk perlindungan yang dilakukan setelah terjadi pelanggaran terhadap hak publisitas. Tujuannya adalah memberikan keadilan kepada korban serta menjatuhkan sanksi kepada pihak yang telah melakukan pelanggaran. Perlindungan ini dapat diwujudkan melalui jalur hukum perdata, seperti tuntutan ganti rugi atas kerugian material dan immaterial, maupun melalui jalur pidana apabila tindakan tersebut memenuhi unsur pelanggaran dalam ketentuan hukum yang berlaku. Selain itu, langkah represif juga berfungsi sebagai bentuk *deterrent effect* atau efek jera bagi pelaku agar tidak melakukan pelanggaran serupa di masa mendatang (Tushnet, 2015).

Berbeda dengan kondisi di Indonesia yang belum memiliki regulasi khusus mengenai hak publisitas, negara bagian California di Amerika Serikat justru menjadi salah satu yurisdiksi yang paling progresif dalam memberikan perlindungan hukum terhadap hak tersebut. Di California, hak publisitas telah diakui secara eksplisit sebagai bagian dari hak kepribadian (*right of personality*) yang melekat pada setiap individu dan dilindungi secara hukum. Pengakuan ini tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga telah dituangkan secara jelas dalam berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan negara bagian serta didukung oleh praktik yurisprudensi yang konsisten.

Regulasi di California secara tegas mengatur hak individu untuk mengendalikan penggunaan identitas pribadinya, termasuk nama, suara, potret, tanda tangan, serta kemiripan wajah atau ciri khas lainnya, apabila elemen-elemen tersebut digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin. Dengan adanya aturan ini, setiap pihak yang berusaha memanfaatkan identitas seseorang, baik untuk iklan, promosi, film, maupun bentuk komersialisasi

lainnya, diwajibkan untuk memperoleh persetujuan terlebih dahulu dari pemilik identitas. Pelanggaran terhadap ketentuan tersebut dapat berakibat pada tanggung jawab hukum, baik berupa ganti rugi finansial maupun penghentian penggunaan identitas melalui putusan pengadilan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum mengenai perlindungan hak publisitas terhadap eksploitasi teknologi *deepfake* AI dalam aktivitas komersial di Indonesia masih belum memiliki dasar hukum yang tegas dan komprehensif. Fenomena *deepfake*, sebagai hasil perkembangan pesat teknologi AI, telah menimbulkan tantangan serius terhadap perlindungan identitas individu, terutama karena kemampuannya dalam menciptakan representasi visual maupun audio yang menyerupai seseorang secara sangat realistis tanpa izin. Dalam konteks ini, hak publisitas yang seharusnya memberikan perlindungan terhadap penggunaan komersial atas identitas pribadi seseorang menjadi semakin relevan untuk ditegaskan dalam sistem hukum nasional.

Hingga saat ini, Indonesia belum memiliki regulasi yang secara eksplisit mengatur hak publisitas sebagai hak hukum yang berdiri sendiri, berbeda dengan yurisdiksi seperti negara bagian California di Amerika Serikat yang telah mengakui hak tersebut secara tegas dalam peraturan perundang-undangan. Meskipun demikian, sejumlah ketentuan dalam hukum positif Indonesia seperti UU Hak Cipta, UU ITE, serta KUHPerdata) dapat digunakan sebagai dasar normatif untuk memberikan perlindungan terhadap individu yang identitasnya disalahgunakan, terutama ketika tindakan tersebut mengakibatkan kerugian moral, reputasional, maupun ekonomi. Namun, pendekatan melalui

norma yang bersifat analogis ini belum mampu memberikan perlindungan yang optimal, mengingat kompleksitas teknologi *deepfake* yang melibatkan aspek lintas batas, bukti digital, serta kesulitan dalam pembuktian unsur kesengajaan dan niat jahat (*mens rea*) pelaku.

Ketiadaan pengaturan hukum yang secara khusus menyinggung teknologi *deepfake* menimbulkan kesenjangan antara kemajuan teknologi dengan kemampuan hukum nasional dalam meresponsnya. Aparat penegak hukum menghadapi kendala teknis dan yuridis dalam proses pembuktian, terutama karena diperlukan keahlian forensik digital yang memadai untuk mengidentifikasi konten manipulatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa hukum di Indonesia perlu melakukan pembaruan (*legal reform*) yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi digital, dengan menempatkan perlindungan identitas pribadi dan hak publisitas sebagai salah satu elemen penting dalam hukum siber (*cyber law*).

Dalam konteks penegakan hukum, perlindungan hak publisitas dapat diwujudkan melalui dua pendekatan, yaitu perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan preventif menekankan pentingnya mekanisme izin tertulis, kesadaran masyarakat terhadap nilai identitas digital, serta penerapan kode etik dalam penggunaan teknologi berbasis AI, khususnya di sektor industri kreatif, periklanan, dan media sosial. Sedangkan perlindungan represif dapat dilakukan melalui jalur hukum perdata dan pidana untuk memberikan efek jera kepada pelaku sekaligus memulihkan hak-hak korban atas kerugian yang diderita.

Upaya untuk memperkuat perlindungan hak publisitas terhadap eksploitasi teknologi *deepfake* AI di

Indonesia memerlukan langkah legislatif yang konkret, baik melalui pembentukan undang-undang baru tentang perlindungan identitas digital maupun dengan merevisi peraturan yang sudah ada agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Regulasi tersebut hendaknya mengatur secara komprehensif mengenai batasan etis penggunaan teknologi AI, mekanisme tanggung jawab hukum bagi pelaku penyalahgunaan, serta hak-hak individu atas identitas dan citra dirinya dalam ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, Y. F., Kaimuddin, A., & Ashsyarofi, H. L. (2024). PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA PELAKU TERHADAP KORBAN PENYALAHGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DEEPFAKE MENURUT HUKUM POSITIF INDONESIA. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 30(1), 9675-9691.

Cole, S. (2019). *This Deepfake of Mark Zuckerberg Tests Facebook's Fake Video Policies*. Vice.

<https://www.vice.com/en/article/deepfake-of-mark-zuckerberg-facebook-fake-video-policy/>

Faber, J. (2025). *A Brief History of Right of Publicity (NIL) by Jonathan Faber*. Right of Publicity. <https://rightofpublicity.com/brief-history-of-rop>

Helling, A. E. (2005). *Protection of "Persona" in the EU and in the US: a Comparative Analysis*. School of Law University of Georgia.

Matheus, J., & Gunadi, A. (2024). Pembentukan Lembaga Pengawas Perlindungan Data Pribadi Di Era Ekonomi Digital: Kajian Perbandingan Dengan KPPU. *JUSTISI*, 10(1), 20-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.33506/jurna.ljustisi.v10i1.2757>

Noerman, C. T., & Ibrahim, A. L. (2024). Kriminalisasi Deepfake Di Indonesia Sebagai Bentuk Pelindungan Negara. *JURNAL USM LAW REVIEW*, 7(2), 603-621. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i2.8995>

Post, R. C., & Rothman, J. E. (2020). The First Amendment and the Right(s) of Publicity. *The Yale Law Journal*, 130.

Preminger, A., & Kugler, M. B. (2024). THE RIGHT OF PUBLICITY CAN SAVE ACTORS FROM DEEPFAKE ARMAGEDDON. *Berkeley Technology Law Journal*, 39, 101–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.15779/Z383R0PV4H>

Santika, E. F. (2024). *Ruang Gelap AI Yang Paling Dikhawatirkan Banyak Orang Di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/5b819bc2d5977f9/ruang-gelap-ai-yang-paling-dikhawatirkan-banyak-orang-di-dunia>

Sunggono, B. (2017). *Metodologi Penelitian Hukum*. PT RajaGrafindo Persada.

Tushnet, R. (2015). A Mask that Eats into the Face: Images and the Right of Publicity. *Columbia Journal of Law & the Arts*, 38, 1–47.