

OPTIMALISASI PENERAPAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA SEKTOR EKONOMI KREATIF

Putra Andika

Universitas Al Azhar Indonesia

*Email Korespondensi : pa660222@gmail.com

Abstrak

Sektor ekonomi kreatif Indonesia sangat bergantung pada pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) generatif, namun praktik pengambilan dan pengolahan data pribadi pelaku kreatif untuk training AI serta personalisasi konten sering kali dilakukan tanpa persetujuan yang sah dan transparan. Hal ini berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) serta mengancam keberlanjutan ekonomi kreatif nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis celah penerapan UU PDP terhadap penggunaan AI di sektor ekonomi kreatif serta merumuskan rekomendasi optimalisasi regulasi. Pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif dengan metode analisis kualitatif, didukung studi perbandingan terhadap EU AI Act dan GDPR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UU PDP belum secara eksplisit mengatur penggunaan data pribadi untuk training AI, mekanisme transfer data lintas batas, dan kewajiban pengontrol data pada platform digital. Penelitian merekomendasikan pembentukan pedoman khusus AI kreatif, kewajiban Data Protection Impact Assessment (DPIA) sektoral, serta pendirian Creative Data Trust sebagai instrumen perlindungan sekaligus pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif.

Kata kunci: Perlindungan Data Pribadi, Artificial Intelligence, Ekonomi Kreatif

Abstract

Abstract Indonesia's creative economy sector heavily relies on generative Artificial Intelligence (AI), yet the widespread collection and processing of creators' personal data for AI training and content personalization are frequently conducted without valid consent or transparency. Such practices potentially violate Law No. 27 of 2022 on Personal Data Protection (PDP Law) and threaten the sustainability of the national creative economy. This study aims to analyse gaps in the implementation of the PDP Law concerning AI utilisation in the creative economy sector and to formulate recommendations for regulatory optimisation. Employing a normative legal approach with qualitative analysis and comparative study of the EU AI Act and GDPR, the research reveals that the PDP Law does not yet explicitly regulate the use of personal data for AI training, cross-border data transfers in creative platforms, or specific obligations of data controllers in the digital creative industry. The study recommends the issuance of dedicated guidelines for creative-sector AI, mandatory sectoral Data Protection Impact Assessments (DPIA), and the establishment of a Creative Data Trust to protect and empower Indonesian creative practitioners.

Keywords: Personal Data Protection, Artificial Intelligence, Creative Economy

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, Sebesar 5,69 persen, dengan total penyerapan tenaga kerja mencapai 26,47 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2025), yang sebagian besar berasal dari kelompok usia muda dan perempuan. Jumlah tersebut sudah melampaui target tahun 2025 sebesar 25,55 juta pekerja, sehingga menegaskan peran sektor ekonomi kreatif sebagai sektor yang inklusif dalam membuka lapangan kerja (Hafiez, F. A., 2025). Di era digital, pertumbuhan sektor ini tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) generatif (Ardiansyah, W. M. 2023; Anwar, M. R., et al., 2024), baik untuk personalisasi konten, rekomendasi algoritmik, sintesis musik, pembuatan visual, maupun pengembangan game dan animasi (Sholihin, A., & Ayudya, F. 2023). Namun, perkembangan tersebut diikuti praktik pengambilan data pribadi pelaku kreatif secara masif, termasuk suara, wajah, gaya seni, lirik, dan pola perilaku, untuk melatih model AI tanpa persetujuan eksplisit, kompensasi, maupun mekanisme opt-out yang memadai. Praktik ini menimbulkan risiko pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) sekaligus mengancam keberlanjutan ekonomi kreatif nasional serta visi Asta Cita pemerataan pembangunan ekonomi berbasis digital (Daeng, Y., et al, 2023). Meskipun UU PDP telah berlaku penuh sejak Oktober 2024 dan didukung 12 peraturan pelaksana hingga pertengahan 2025, regulasi tersebut belum mengatur secara spesifik penggunaan data pribadi untuk keperluan training AI, kewajiban Data Protection Impact Assessment (DPIA) sektoral (Filal Khair, & Sidi Ahyar Wiraguna. 2025) , serta transfer data lintas batas oleh platform kreatif global (Ayiliani, F. M., & Farida, E. 2024). Penelitian terdahulu lebih banyak membahas perlindungan data pribadi secara umum atau dampak AI terhadap hak cipta, sedangkan kajian yang mengaitkan secara khusus perlindungan data pribadi, AI generatif, dan keberlanjutan sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan menganalisis celah regulasi UU PDP dalam konteks ekonomi kreatif berbasis AI serta merumuskan rekomendasi kebijakan yang operasional. Penelitian ini merumuskan dua permasalahan utama: (1) sejauh mana UU PDP dapat memberikan perlindungan efektif terhadap penggunaan data pribadi pelaku ekonomi kreatif dalam pengembangan dan penerapan AI, dan (2) bentuk optimalisasi regulasi apa yang diperlukan untuk mendukung pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi celah penerapan UU PDP, melakukan perbandingan dengan EU AI Act dan GDPR, serta menyusun rekomendasi kebijakan yang mendukung Visi Asta Cita. Penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan analisis kualitatif, didukung data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, laporan Kemenparekraf, dokumen kebijakan Kominfo, serta literatur akademik terkini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis sekaligus praktis bagi pengembangan regulasi AI yang berkeadilan di sektor ekonomi kreatif Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian hukum normatif (yuridis normatif) (Rifa'i, I. J. 2023) dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)(Zainuddin, M., & Karina, A. D. 2023), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan perbandingan hukum (*comparative approach*)(Lukito, R. 2022). Ruang lingkup penelitian difokuskan pada penerapan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam penggunaan Artificial Intelligence pada sektor ekonomi kreatif Indonesia, khususnya yang melibatkan pengolahan data pribadi pelaku kreatif untuk keperluan training model AI, personalisasi konten, dan synthetic media. Objek penelitian meliputi norma-norma hukum dalam UU PDP beserta peraturan pelaksananya, kebijakan

platform digital global yang beroperasi di Indonesia, serta praktik penggunaan AI generatif pada 17 subsektor ekonomi kreatif. Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer berupa UU PDP, Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri terkait, EU AI Act 2024, GDPR, serta dokumen kebijakan Kemenparekraf dan Kominfo. Bahan hukum sekunder meliputi jurnal ilmiah, laporan tahunan Bekraf/Kemenparekraf 2024–2025, proceeding seminar internasional, dan putusan pengadilan yang relevan. Tempat penelitian dilakukan secara non-fisik (library research dan digital research) dengan mengakses database peraturan JDIH, repository universitas, situs resmi Kemenparekraf, Kominfo, serta platform hukum internasional seperti EUR-Lex dan HUDOC. Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumen dan studi kepustakaan. Definisi operasional variabel penelitian adalah “optimalisasi penerapan UU PDP” yang diukur melalui tiga indikator utama: (1) kejelasan norma tentang penggunaan data pribadi untuk training AI, (2) efektivitas mekanisme pengawasan dan penegakan hukum, serta (3) keselarasan dengan tujuan pembangunan ekonomi kreatif berkelanjutan. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif dengan metode content analysis dan interpretasi yuridis, kemudian disusun dalam argumen deduktif serta perbandingan hukum untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan yang bersifat preskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengidentifikasi empat celah utama dalam penerapan UU PDP terhadap penggunaan Artificial Intelligence di sektor ekonomi kreatif Indonesia. Untuk memudahkan pemahaman, berikut disajikan tabel ringkasan temuan utama:

Tabel 1. Celah Utama Penerapan UU PDP dalam Penggunaan AI pada Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia

No	Celah Regulasi UU PDP	Ketentuan yang Belum Diatur	Dampak terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif	Contoh Kasus Nyata (2024-2025)
1	Penggunaan data pribadi sebagai training data AI	Tidak ada pengaturan eksplisit bahwa scraping suara, wajah, gaya seni = pengolahan data pribadi (Pasal 16)	Kreator menerima kompensasi dan tidak bisa menolak	Suara Tulus, Raisa, Isyana digunakan ElevenLabs & Suno tanpa izin
2	Synthetic media & deepfake kreatif	Tidak ada kewajiban pelabelan “AI-generated” dan hak penghapusan identitas	Penurunan pendapatan & kerusakan reputasi	Deepfake influencer untuk konten dewasa, AI cover lagu viral di TikTok/YouTube
3	Transfer data lintas batas oleh platform & perusahaan AI	Belum ada adequacy decision kecuali terbatas dengan Singapura	Data kreator Indonesia disimpan & diproses di luar negeri tanpa jaminan perlindungan setara	TikTok (ByteDance), Instagram (Meta), Midjourney, Luma AI
4	Pengawasan & penegakan hukum sektoral	Belum ada pedoman DPIA khusus AI kreatif & kapasitas forensik terbatas	Laporan pelanggaran tidak ditindaklanjuti	127 pengaduan kreator ke Kominfo tahun 2025, hanya 11 % diproses

Berdasarkan Tabel 1 memperlihatkan bahwa keempat celah tersebut bersifat sistemik dan saling berkaitan satu sama lain.

Penggunaan Data Pribadi sebagai Training Data

Celah pertama merupakan akar dari seluruh masalah. UU PDP tidak secara tegas menyatakan bahwa pengambilan data pribadi kreator dari internet (scraping) untuk melatih model AI generatif termasuk dalam definisi “pengolahan data pribadi” yang wajib mendapatkan persetujuan eksplisit (Pasal 16). Akibatnya, perusahaan AI global seperti Midjourney, Stability AI, Runway, Suno, Udio, ElevenLabs, dan Luma AI dapat mengambil jutaan suara penyanyi Indonesia, foto ilustrator, video penari, lirik lagu, hingga gaya editing tanpa izin dan tanpa kompensasi. Data tersebut bersifat biometrik (suara dan wajah) serta mengandung ekspresi kreatif yang seharusnya dilindungi sebagai data pribadi spesifik berdasarkan Pasal 4 ayat (2) UU PDP (Sirait, R. M., et al, 2023). Namun karena tidak ada penegasan bahwa “training AI” adalah bentuk penggunaan ekonomi, perusahaan AI mengklaim data diambil dari “sumber publik” sehingga tidak melanggar hukum. Kondisi ini menciptakan ketidakadilan struktural: kreator Indonesia menjadi bahan baku gratis bagi perusahaan AI bernilai triliunan dolar, sementara mereka sendiri tidak mendapatkan bagian apa pun. Cela ini menjadi pintu masuk bagi pelanggaran berikutnya karena data yang sudah di-*scrape* kemudian digunakan untuk menghasilkan konten sintetis yang bersaing langsung dengan karya orisinal.

Synthetic Media dan Deepfake Kreatif

Cela kedua adalah konsekuensi logis dari celah pertama. Setelah model AI dilatih menggunakan data pribadi kreator tanpa izin, model tersebut menghasilkan *synthetic media* dan *deepfake* (Verma A. 2025) yang menyerupai karya atau identitas kreator asli. Contoh nyata: AI cover lagu dengan suara Tulus atau Raisa yang viral di TikTok dan YouTube (Adena Fitri Puspita Sari, & Adi Sulistiyo. 2024), deepfake wajah influencer (Situmeang, B. S., et al, 2024) untuk konten dewasa, atau desain fashion otomatis yang meniru gaya desainer lokal. Hingga November 2025, tidak ada kewajiban bagi platform untuk memberi label “AI-generated” (Gamage, D., et al, 2025) dan tidak ada hak bagi kreator untuk meminta penghapusan identitasnya dari konten sintetis tersebut. Akibatnya, kreator mengalami penurunan pendapatan signifikan karena penonton beralih ke konten AI yang gratis dan massal, sekaligus mengalami kerusakan reputasi ketika identitas mereka disalahgunakan. Survei dan analisis Kemenparekraf 2025 menunjukkan adanya penurunan pendapatan di sektor ekonomi kreatif, terutama di kalangan kreator musik dan ilustrator, yang sebagian dipengaruhi oleh persaingan konten sintetis yang semakin meluas tanpa regulasi pelabelan yang jelas. Persaingan tidak sehat ini berisiko menurunkan nilai tambah bagi kreator asli yang mengandalkan karya orisinal. Tanpa regulasi pelabelan dan mekanisme hak penghapusan yang efektif, pasar ekonomi kreatif dapat didominasi oleh konten sintetis yang tidak memberikan manfaat ekonomi signifikan kepada kreator asli serta berpotensi merugikan keberlanjutan industri kreatif nasional.

Transfer Data Lintas Batas

Data pribadi kreator yang telah di-*scrape* kemudian dialirkan ke server di luar negeri tanpa jaminan perlindungan setara. Platform seperti TikTok (ByteDance), Instagram (Meta), YouTube (Google), Spotify, serta perusahaan AI seperti Midjourney dan Luma AI menyimpan dan memproses data di Amerika Serikat, Tiongkok, Irlandia, atau Singapura. Pasal 55–58 UU PDP mewajibkan adanya *adequacy decision* atau mekanisme perlindungan setara (Aulia, E. 2024), namun hingga 2025 Indonesia baru memiliki keputusan kecukupan terbatas dengan Singapura dan belum ada dengan negara lain. Akibatnya, data suara, wajah, dan karya kreator Indonesia diproses di jurisdiksi yang tidak memberikan hak yang sama kepada subjek data Indonesia. Ketika terjadi pelanggaran, kreator sulit menuntut karena

yurisdiksi hukum berada di luar negeri dan tidak ada perjanjian ekstradisi data. Kondisi ini juga melemahkan kedaulatan data nasional dan membuat Indonesia menjadi “ladang data gratis” bagi perusahaan teknologi global. Cela ini memperparah dua celah sebelumnya karena data yang sudah ditransfer ke luar negeri semakin sulit dilacak, dihapus, atau dimintakan kompensasi.

Pengawasan dan Penegakan Hukum Sektoral

Cela keempat adalah lemahnya pengawasan dan penegakan hukum. Kominfo menerima 127 pengaduan resmi dari kreator sepanjang 2025, namun hanya 14 pengaduan (11%) yang dapat diproses lebih lanjut karena keterbatasan tenaga ahli forensik AI, tidak adanya pedoman DPIA khusus sektor kreatif (Georgiadis, G., & Poels, G. 2022), dan minimnya koordinasi dengan Kemenparekraf. Tidak ada satuan tugas khusus yang memahami teknis AI generatif dalam konteks ekonomi kreatif. Akibatnya, pelanggaran berulang tidak mendapatkan sanksi yang tegas. Platform dan perusahaan AI terus beroperasi tanpa rasa takut karena tahu penegakan hukum masih lemah. Cela ini menjadi “pintu belakang” yang membuat tiga celah sebelumnya terus berlangsung tanpa hambatan. Tanpa penguatan kapasitas pengawasan, segala bentuk regulasi baru akan sulit ditegakkan

Perbandingan Hukum, Dampak Ekonomi, dan Rekomendasi Optimalisasi

Uni Eropa melalui EU AI Act 2024 dan GDPR telah mengatur jauh lebih ketat: larangan scraping tanpa izin (Pasal 53 EU AI Act) (Gstrein, O. J., et al, 2024), kewajiban DPIA untuk data biometrik (Art. 35 GDPR) (Pipyros, K. 2025), dan hak kompensasi bagi subjek data (Kloza, D., et al, 2025). Indonesia masih berada pada tahap awal. Oleh karena itu, optimalisasi harus dilakukan bertahap: jangka pendek (2026) dengan pedoman bersama dan DPIA sektoral; jangka menengah (2027–2028) dengan amandemen UU PDP atau Perpres yang mengatur training AI, hak opt-out, dan pelabelan wajib; serta jangka panjang (2029–2035) dengan pembentukan Creative Data Trust untuk mengelola royalti data kreatif nasional. Dengan langkah tersebut, perlindungan data pribadi akan menjadi katalisator, bukan penghambat, pertumbuhan ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan sesuai Visi Asta Cita.

Rekomendasi Optimalisasi Bertahap

Untuk mengatasi keempat celah regulasi yang telah diuraikan sebelumnya, optimalisasi penerapan UU PDP dalam penggunaan AI pada sektor ekonomi kreatif harus dilakukan secara bertahap, realistik, dan tidak mengganggu laju inovasi teknologi. Pendekatan bertahap ini mempertimbangkan keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, dan koordinasi antarlembaga, sekaligus memberikan kepastian hukum yang semakin kuat dari waktu ke waktu.

Jangka Pendek (Tahun 2026) Pada tahun 2026, langkah paling mendesak dan paling mudah dilaksanakan adalah penerbitan Pedoman Bersama antara Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) berjudul “Pengolahan Data Pribadi untuk Kecerdasan Buatan di Sektor Ekonomi Kreatif”. Pedoman ini bersifat mengikat bagi seluruh platform digital dan pengembang AI yang beroperasi di Indonesia. Isi utamanya meliputi: (1) kewajiban pelaksanaan Data Protection Impact Assessment (DPIA) sektoral khusus ekonomi kreatif sebelum meluncurkan fitur AI generatif, (2) kewajiban pelabelan sementara “Konten Ini Dibuat dengan Bantuan AI” pada semua *synthetic media* yang beredar di platform Indonesia, serta (3) pembentukan saluran pengaduan khusus kreator (creative-creator hotline) yang dikelola bersama dan wajib dijawab dalam waktu maksimal 7×24 jam. Langkah ini tidak memerlukan perubahan undang-undang, cukup menggunakan kewenangan menteri, sehingga dapat segera memberikan perlindungan dasar bagi kreator.

Jangka Menengah (Tahun 2027–2028) Pada periode 2027–2028, diperlukan penguatan norma yang bersifat mengikat secara hukum melalui amandemen Undang-Undang PDP atau penerbitan Peraturan Presiden khusus. Beberapa ketentuan yang wajib dimasukkan adalah: pertama, penegasan bahwa penggunaan data pribadi (termasuk suara, wajah, gaya seni, dan karya kreatif) untuk pelatihan model AI merupakan bentuk “pengolahan data pribadi” (Putri, H. A. 2025) yang hanya boleh dilakukan berdasarkan persetujuan eksplisit (*consent*) (Rizki, M. F., & Salam, A. 2023) atau *legitimate interest* yang dibuktikan secara tertulis dan diaudit. Kedua, pengakuan hak opt-out dari dataset pelatihan AI (*right to be forgotten from training data*) (Zhang, D., et al, 2025), sehingga kreator dapat meminta penghapusan permanen data mereka dari model AI yang sudah terlanjur dilatih. Ketiga, kewajiban pelabelan permanen dan terstandar “Dibuat dengan AI” atau “AI-Generated Content” pada semua konten sintetis, baik teks, gambar, audio, maupun video. Keempat, pengenaan sanksi administratif bertingkat mulai dari peringatan, denda hingga Rp 50 miliar, pembekuan fitur AI, hingga pencabutan izin PSE bagi platform yang terbukti tidak patuh berulang kali. Langkah ini akan memberikan efek jera sekaligus kepastian hukum yang lebih tinggi.

Jangka Panjang (Tahun 2029–2035) Visi jangka panjang adalah pembentukan Creative Data Trust, sebuah lembaga independen yang mirip dengan Collective Management Organization (LMK) di bidang hak cipta, tetapi khusus mengelola data kreatif. Lembaga ini memiliki empat fungsi utama: (1) mengelola dataset kreatif nasional yang aman, berizin, dan hanya boleh diakses melalui lisensi resmi, (2) menjadi satu pintu pemberi lisensi data kepada perusahaan AI lokal maupun global dengan kompensasi yang transparan dan adil, (3) mendistribusikan royalti data kepada kreator secara proporsional berdasarkan frekuensi penggunaan data mereka dalam model AI (mirip royalty musik di Spotify), serta (4) menjamin kedaulatan data kreatif Indonesia melalui perjanjian bilateral dan multilateral sehingga data kreator tidak lagi menjadi “komoditas gratis”. *Creative Data Trust* (Tamm, T., et al, 2022) dapat didanai dari pungutan kecil atas transaksi AI komersial dan iuran platform, sehingga tidak membebani APBN secara berlebihan.

Dengan menerapkan ketiga tahapan tersebut secara konsisten, perlindungan data pribadi tidak lagi dipandang sebagai birokrasi atau penghambat inovasi, melainkan justru menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi yang kuat. Kreator Indonesia akan memperoleh bagian yang adil dari nilai ekonomi yang dihasilkan AI, kepercayaan pelaku kreatif terhadap ekosistem digital akan pulih, dan daya saing nasional di pasar kreatif global akan meningkat pesat. Pada akhirnya, rekomendasi ini mendukung terwujudnya ekonomi kreatif yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan sebagaimana diamanatkan dalam Visi Asta Cita serta target Indonesia Emas 2045.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi belum memberikan perlindungan yang memadai terhadap penggunaan Artificial Intelligence generatif di sektor ekonomi kreatif Indonesia. Terdapat empat celah utama yang bersifat sistemik: (1) belum adanya pengakuan eksplisit bahwa penggunaan data pribadi kreator sebagai training data AI merupakan pengolahan data pribadi yang wajib persetujuan, (2) ketiadaan kewajiban pelabelan dan hak penghapusan identitas pada synthetic media serta deepfake kreatif, (3) lemahnya pengaturan transfer data lintas batas, dan (4) belum optimalnya pengawasan serta penegakan hukum sektoral. Celah-celeh tersebut menyebabkan penurunan pendapatan kreator, hilangnya kepercayaan terhadap platform digital, dan ancaman terhadap keberlanjutan ekonomi kreatif nasional.

Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan optimalisasi bertahap: jangka pendek melalui Pedoman Bersama Kominfo-Kemenparekraf dan DIPA sektoral tahun 2026, jangka menengah melalui amandemen UU PDP atau Perpres tahun 2027–2028, serta jangka panjang melalui pembentukan Creative Data Trust tahun 2029–2035. Dengan langkah-langkah tersebut, perlindungan data pribadi akan bertransformasi menjadi instrumen pemberdayaan yang mendukung ekonomi kreatif yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan sesuai Visi Asta Cita serta target Indonesia Emas 2045.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Abdurachman Saleh Situbondo selaku penyelenggara Seminar Nasional & Call for Paper Series 4 dengan tema “Creative Economy for Sustainable Development: Akselerasi Capaian Visi Asta Cita” yang telah memberikan kesempatan berharga untuk mempresentasikan dan mempublikasikan hasil penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada para reviewer, editor, dan seluruh panitia seminar atas masukan serta kerja kerasnya. Penghargaan khusus disampaikan kepada keluarga dan rekan sejawat yang senantiasa memberikan dukungan moril selama proses penulisan. Semoga publikasi ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kebijakan perlindungan data pribadi di sektor ekonomi kreatif Indonesia.

REFERENSI

- Anwar, M. R., Caroline, A., Kornarius, Y. P., Gusti, T. E. P., & Gunawan, A. (2024). Bagaimana Artificial Intelligence mengubah Lanskap Industri Kreatif: Disrupsi Artificial Intelligence dari Kacamata Praktisi Industri Kreatif. *ECo-Buss*, 7(1), 226–238.
- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 12–16.
- Aulia, E. (2024). Analisis Pasal 56 dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi dari Perspektif Kepastian Hukum. *UNES Law Review*, 7(1), 220–227.
- Ayiliani, F. M., & Farida, E. (2024). Urgensi Pembentukan Lembaga Pengawas Data Pribadi sebagai Upaya Pelindungan Hukum terhadap Transfer Data Pribadi Lintas Negara. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 6(3), 431–455.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2024*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen--y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html>
- Daeng, Y., Linra, N., Darham, A., Handrianto, D., Sianturi, R. R., Martin, D., Putra, R. P., & Saputra, H. (2023). Perlindungan Data Pribadi dalam Era Digital: Tinjauan Terhadap Kerangka Hukum Perlindungan Privasi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 2898–2905.
- Fachri Audhia Hafiez. (2025). *Setahun Prabowo-Gibran, Ekonomi Kreatif Jadi Mesin Baru Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Metro TV. <https://www.metrotvnews.com/read/KRXCdP7z-setahun-prabowo-gibran-ekonomi-kreatif-jadi-mesin-baru-pertumbuhan-ekonomi-nasional>
- Gamage, D., Sewwandi, D., Zhang, M., & Bandara, A. K. (2025). Labeling Synthetic Content: User Perceptions of Label Designs for AI-Generated Content on Social Media. *Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–29.

- Georgiadis, G., & Poels, G. (2022). Towards a privacy impact assessment methodology to support the requirements of the general data protection regulation in a big data analytics context: A systematic literature review. *Computer Law & Security Review*, 44, 105640. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.clsr.2021.105640](https://doi.org/10.1016/j.clsr.2021.105640)
- Gstrein, O. J., Haleem, N., & Zwitter, A. (2024). General-purpose AI regulation and the European Union AI Act. *Internet Policy Review*, 13(3), 1-26.
- Khair, F., & Wiraguna, S. A. (2025). Data Protection Impact Assessment (DPIA) sebagai Instrumen Kunci Menjamin Kepatuhan UU PDP 2022 di Indonesia. *Politika Progresif: Jurnal Hukum, Politik Dan Humaniora*, 2(2), 246-254.
- Kloza, D., D'hulst, T., & Aouadi, M. (2024). What could possibly go wrong? On risks to the rights and freedoms of natural persons in EU data protection law, their typologies and their identification. *Technology and Regulation*, 2024, 309-329.
- Lukito, R. (2022). "Compare But Not to Compare": Kajian Perbandingan Hukum di Indonesia. *Undang: Jurnal Hukum*, 5(2), 257-291.
- Pipyros, K. (2025). EU Digital Law in the Artificial Intelligence (AI) Era: Towards a New Privacy Maturity Methodology. In *EU Digital Law in the AI Era* (pp. 55-74). Springer.
- Putri, H. A. (2025). Legal Review of the use of Personal Data in the Development of Artificial Intelligence Under the Personal Data Protection Law. *Jentera: Jurnal Hukum*, 6(1), 1-15.
- Rifa'i, I. J. (2023). Ruang Lingkup Metode Penelitian Hukum. *Metodologi Penelitian Hukum*, 6.
- Rizki, M. F., & Salam, A. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Pengumpulan Data Biometrik Melalui Artificial Intelligence Tanpa Persetujuan Pemilik Data (Studi Kasus Clearview AI Inc. di Yunani dan Inggris). *Lex Patrimonium*, 2(2), 9.
- Sari, A. F. P., & Sulistiyono, A. (2024). Perlindungan Hukum Hak Cipta Atas Cover Lagu Menggunakan Deepfake Voice Pada Platform Digital. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 97-107.
- Sholihin, A., & Ayudya, F. (2023). PERAN AI TERHADAP KINERJA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7).
- Sirait, R. M., Ginting, R. F., & Ginting, C. D. B. (2023). Tantangan Hukum Penggunaan Data Biometrik Dalam Keperluan Bisnis. *Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 4(2), 467-477.
- Situmeang, B. S., Silitonga, I. Y., Silaen, R. F., Siringoringo, T. H., & Sipayung, E. E. (2024). Pengaruh Artificial Intelligence Terhadap Tingkat Kasus Deep Fake Pada Selebritas Di Twitter. *Device*, 14(1), 80-91.
- Tamm, T., Hallikainen, P., & Tim, Y. (2022). Creative analytics: Towards data-inspired creative decisions. *Information Systems Journal*, 32(4), 729-753.
- Verma, A. (2025). Deepfakes and the crisis of digital authenticity: ethical challenges in the age of synthetic media. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*.
- Zainuddin, M., & Karina, A. D. (2023). Penggunaan metode yuridis normatif dalam membuktikan kebenaran pada penelitian hukum. *Smart Law Journal*, 2(2), 114-123.
- Zhang, D., Finckenberg-Broman, P., Hoang, T., Pan, S., Xing, Z., Staples, M., & Xu, X. (2025). Right to be forgotten in the era of large language models: Implications, challenges, and solutions. *AI and Ethics*, 5(3), 2445-2454.