

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

Oleh:

Risa Rifa'ul Azizah,

Mochammad Tanzil Multazam, S.H., M.Kn

Progam Studi Hukum

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2026

# Pendahuluan

Dark patterns merupakan praktik desain pada platform digital yang secara sengaja digunakan untuk memengaruhi keputusan pengguna melalui mekanisme antarmuka tertentu, dan banyak diterapkan pada platform e-commerce, media sosial, serta layanan digital berlangganan. Praktik ini berpotensi melanggar kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam **Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**, khususnya terkait pemenuhan hak konsumen atas informasi yang benar dan kebebasan dalam menentukan pilihan. Apabila dilakukan secara sengaja dan menimbulkan kerugian nyata, praktik dark patterns dapat dikaji sebagai perbuatan yang berpotensi masuk ke dalam ranah tindak pidana perlindungan konsumen, sebagaimana tercermin dalam kasus penggunaan dark patterns pada aplikasi TikTok. Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada perlindungan data pribadi dan tindak pidana digital, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian mengenai kedudukan dark patterns sebagai tindak pidana dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

# Rumusan Masalah dan Metode Penelitian

**Rumusan Masalah :** apakah kejahatan *Dark Patterns* dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen dapat digolongkan ke dalam perbuatan pidana?

## **Metode Penelitian :**

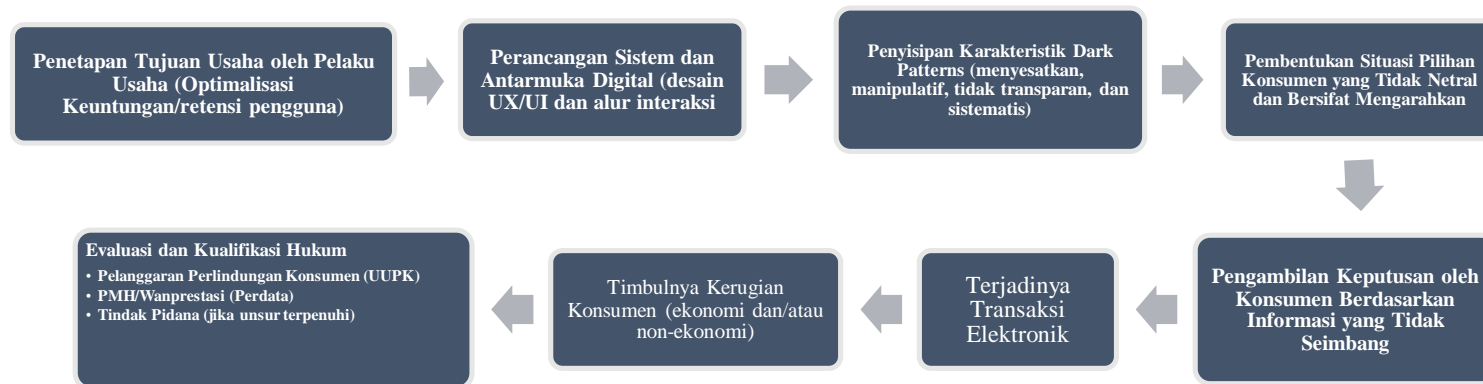
Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 492 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana baru, serta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Bahan hukum sekunder berupa buku teks hukum, doktrin, artikel dan jurnal ilmiah, serta pendapat ahli yang diperoleh melalui penelusuran literatur pada Google Scholar. Analisis data dilakukan melalui interpretasi sistematis terhadap peraturan perundang-undangan, didukung kajian pustaka untuk memperkaya pembahasan mengenai praktik dark patterns dan urgensi pengaturannya di Indonesia.

# Pembahasan

## A. Perbuatan Dark Patterns Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Praktik dark patterns merupakan perbuatan pelaku usaha yang dilakukan melalui desain antarmuka dan sistem elektronik yang secara terencana memengaruhi keputusan konsumen sehingga membatasi kebebasan memilih. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak mengatur dark patterns secara langsung namun perbuatan tersebut tetap dapat dinilai dalam kerangka perbuatan pelaku usaha sebagaimana pada Pasal 1 angka 3 UUPK. Ketentuan ini mencakup kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik, sehingga praktik yang dilakukan dalam platform digital tetap tunduk pada UUPK.

Berikut alur kerja dark patterns pada suatu platform



# Pembahasan

## Klasifikasi *Dark Patterns*, Pola dan Sifat Penyesatan

| Jenis Dark Pattern   | Pola Dark Pattern   | Sifat Penyesatan           | Penjelasan Singkat   |
|----------------------|---|----------------------------|--|
| Misleading Interface | Penyajian informasi yang tidak benar atau disamarkan sehingga menimbulkan persepsi keliru | Menyesatkan                | Informasi yang ditampilkan membentuk persepsi keliru konsumen terhadap kondisi produk atau layanan |
| Hidden Information   | Penyembunyian informasi material seperti biaya tambahan atau syarat layanan               | Berpotensi menyesatkan     | Konsumen tidak memperoleh informasi penting secara utuh sebelum mengambil keputusan                |
| False Scarcity       | Penciptaan kesan kelangkaan atau urgensi yang tidak faktual                               | Berpotensi menyesatkan     | Kesan terbatas atau mendesak belum tentu sesuai dengan fakta sebenarnya                            |
| Forced Continuity    | Keberlanjutan layanan tanpa persetujuan yang jelas  | Tidak langsung menyesatkan | Persetujuan sering kali diberikan, tetapi mekanismenya tidak transparan                            |
| Confirmshaming       | Tekanan emosional atau Bahasa yang merendahkan  | Tidak menyesatkan          | Tidak mengandung informasi palsu, hanya memengaruhi aspek psikologis                               |
| Obstruction          | Penghalangan atau mempersulit proses penggunaan hak konsumen                              | Tidak menyesatkan          | Tidak menyajikan informasi keliru, tetapi menghambat penggunaan hak konsumen                       |
| Sneaking             | Penyelipan persetujuan atau tindakan tanpa kesadaran konsumen                             | Menyesatkan secara aktif   | Konsumen tidak menyadari adanya tindakan atau persetujuan yang diberikan                           |

# Pembahasan

Praktik dark patterns tidak sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 2 dan Pasal 3 UUPK karena menimbulkan ketidakseimbangan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Penguasaan desain sistem dan penyajian informasi yang tidak transparan menyebabkan konsumen tidak dapat menggunakan haknya atas informasi yang benar dan kebebasan memilih sebagaimana dijamin dalam Pasal 4 UUPK. Kondisi tersebut mencerminkan tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dan memberikan informasi yang jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK, serta memenuhi unsur perbuatan menyesatkan sebagaimana dilarang dalam Pasal 8 dan Pasal 9 UUPK. Apabila praktik ini menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan Pasal 19 UUPK, meskipun istilah dark patterns tidak diatur secara langsung dalam undang-undang perlindungan konsumen.

# Pembahasan

## B. Klasifikasi Perbuatan Pidana Dalam Uu No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memuat ketentuan pidana sebagai bentuk perlindungan lanjutan terhadap konsumen atas perbuatan pelaku usaha yang merugikan. Ketentuan pidana tersebut merupakan konsekuensi dari pelanggaran terhadap larangan dan kewajiban yang diatur dalam UUPK, sehingga pelaku usaha tidak hanya dikenai sanksi perdata, tetapi juga dapat dimintai pertanggungjawaban pidana.

Karakteristik Dark Patterns dan Pemenuhan Unsur Perbuatan Melawan Hukum/Wanprestasi/Kerugian/Kausalitas

| No. | Karakteristik Dark Patterns     | Bentuk Perbuatan                    | Unsur PMH/Wanprestasi/Kerugian/kausalitas | Analisis                                |
|-----|---------------------------------|-------------------------------------|---|---|
| 1.  | Bertentangan dengan itikad baik | Informasi tidak jujur               | PMH                                       | Melanggar kepatuhan dan kewajiban hukum |
| 2.  | Tidak transparan                | Perubahan syarat atau biaya sepihak | Wanprestasi                               | Tidak sesuai kesepakatan awal           |
| 3.  | Menghilangkan keabsahan memilih | Pilihan diarahkan oleh sistem       | PMH                                       | Kehendak bebas konsumen tidak terpenuhi |
| 4.  | Menimbulkan kerugian            | Kerugian ekonomi dan psikologis     | Unsur kerugian                            | Konsumen dirugikan secara nyata         |
| 5.  | Hubungan sebab akibat jelas     | Kerugian akibat desain sistem       | Unsur kausalitas                          | Ada hubungan langsung perbuatan-akibat  |

# Pembahasan

Perbuatan pidana dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis perbuatan yang dilarang, terutama yang berkaitan dengan penyampaian informasi dan promosi yang tidak benar, tidak jujur, atau menyesatkan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 8 dan Pasal 9. Selain itu, perbuatan yang menghilangkan kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan secara bebas juga dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana karena melanggar hak dasar konsumen. Klasifikasi ini diperkuat oleh adanya unsur kerugian dan penipuan yang dikenai sanksi pidana berdasarkan Pasal 62, baik dilakukan secara sengaja maupun karena kelalaian, termasuk oleh korporasi. Di samping itu, perbuatan tersebut juga memiliki keterkaitan dengan Pasal 492 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, sehingga pertanggungjawaban pidana pelaku usaha dapat dianalisis dalam kerangka Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai *lex specialis* dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana sebagai *lex generalis*.

# Pembahasan

## C. Praktik Dark Patterns Dalam Unsur Perbuatan Pidana

Praktik dark patterns dapat dinilai sebagai perbuatan pidana apabila memenuhi unsur tindak pidana dalam transaksi digital, karena bukan sekadar persoalan etika desain, melainkan tindakan yang dilakukan secara sadar untuk memengaruhi keputusan konsumen melalui sistem yang tidak netral. Praktik ini melanggar kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, mengandung unsur kesengajaan dan penyesatan melalui desain antarmuka, serta menimbulkan kerugian ekonomi maupun non-ekonomi yang memiliki hubungan sebab akibat langsung. Dalam hukum positif, dark patterns dapat dikaitkan dengan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dikenai sanksi Pasal 45A ayat (1), serta memenuhi unsur penipuan dalam Pasal 492 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, sehingga dapat dianalisis sebagai bentuk penipuan berbasis sistem digital.

# Pembahasan

Tabel Pemenuhan Unsur Pidana Berdasarkan Jenis Dark Pattern (Pasal 492 UU No. 1 Tahun 2023 tentang KUHP)

| Jenis Dark Pattern   | Pola Dark Pattern   | Unsur Perbuatan Menyesatkan  | Unsur Kesengajaan  | Unsur Kerugian   | Kesimpulan Pemenuhan Unsur  |
|----------------------|---|--|--|--|---|
| Misleading Interface | Penyajian informasi yang tidak benar atau disamarkan sehingga menimbulkan persepsi keliru | Terpenuhi, karena informasi yang disajikan membentuk persepsi keliru terhadap produk/layanan | Terpenuhi, desain dibuat secara sadar untuk memengaruhi keputusan konsumen   | Terpenuhi, desain dibuat secara sadar untuk memengaruhi keputusan konsumen   | Berpotensi terpenuhi, apabila konsumen mengalami kerugian finansial atau kehilangan hak |
| Hidden Information   | Penyembunyian informasi material seperti biaya tambahan atau syarat layanan               | Terpenuhi secara bersyarat, jika informasi yang disembunyikan bersifat material              | Terpenuhi secara bersyarat, jika terdapat kesadaran menyembunyikan informasi | Terpenuhi secara bersyarat, jika terdapat kesadaran menyembunyikan informasi | Terpenuhi secara bersyarat, apabila timbul kerugian nyata                               |
| False Scarcity       | Penciptaan kesan kelangkaan atau urgensi yang tidak faktual                               | Tidak selalu terpenuhi, karena tidak selalu terdapat kebohongan faktual                      | Sulit dibuktikan, sering bersifat strategi pemasaran                         | Sulit dibuktikan, sering bersifat strategi pemasaran                         | Tidak selalu terpenuhi, kerugian tidak langsung   |
| Forced Continuty     | Keberlanjutan layanan tanpa persetujuan yang jelas  | Tidak langsung terpenuhi, karena persetujuan awal sering ada                                 | Terpenuhi secara bersyarat, tergantung desain mekanisme langganan            | Terpenuhi secara bersyarat, tergantung desain mekanisme langganan            | Terpenuhi, apabila terjadi pemotongan dana tanpa kesadaran                              |
| Confirmshaming       | Tekanan emosional atau Bahasa yang merendahkan  | Tidak terpenuhi, tidak terdapat informasi menyesatkan  | Tidak terpenuhi, tujuan utamanya memengaruhi emosi                           | Tidak terpenuhi, tujuan utamanya memengaruhi emosi                           | Tidak terpenuhi, tidak menimbulkan kerugian hukum langsung                              |
| Obtruction           | Penghalangan atau pemersulitan proses penggunaan hak konsumen                             | Tidak terpenuhi, tidak terdapat penyesatan   | Tidak terpenuhi, tidak ada tujuan penipuan                                   | Tidak terpenuhi, tidak ada tujuan penipuan                                   | Tidak langsung terpenuhi, kerugian bersifat tidak langsung                              |
| Sneaking             | Penyelipan persetujuan atau tindakan tanpa kesadaran konsumen                             | Terpenuhi, konsumen tidak menyadari tindakan yang dilakukan                                  | Terpenuhi, dilakukan secara sadar melalui desain sistem                      | Terpenuhi, dilakukan secara sadar melalui desain sistem                      | Terpenuhi, apabila timbul kerugian finansial  |

# Pembahasan

Tidak semua praktik dark patterns dapat langsung dikualifikasikan sebagai tindak pidana, namun pola tertentu memiliki potensi pidana yang lebih kuat apabila dilakukan secara sistematis dan menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen. Jenis dark patterns seperti *misleading interface*, *hidden information*, dan *sneaking* dapat memenuhi unsur pidana karena mengandung penyesatan, dilakukan secara sadar melalui desain sistem, serta berpotensi menimbulkan kerugian. Sementara itu, pola seperti *false scarcity*, *forced continuity*, *confirmshaming*, dan *obstruction* tidak selalu memenuhi unsur pidana karena penyesatan dan dampaknya bersifat tidak langsung. Oleh karena itu, pengelompokan dark patterns menjadi penting untuk membedakan praktik yang masih berada pada ranah etika dengan perbuatan yang telah masuk ke ranah pidana. Ketentuan dalam UUPK, UU ITE, dan Pasal 492 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 saling melengkapi dalam memberikan dasar pertanggungjawaban pidana terhadap praktik manipulatif berbasis digital.

# Hasil Penelitian

- Praktik dark patterns dapat dianalisis dalam kerangka hukum perlindungan konsumen, meskipun tidak diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Praktik ini tetap dapat dinilai sebagai perbuatan pelaku usaha karena dilakukan dalam kegiatan usaha digital dan berpotensi melanggar hak konsumen atas informasi yang benar serta kebebasan dalam menentukan pilihan.
- Tidak semua jenis dark patterns dapat langsung dikualifikasikan sebagai tindak pidana, namun pola tertentu seperti *misleading interface*, *hidden information*, dan *sneaking* memiliki potensi pidana yang kuat apabila dilakukan secara sengaja, bersifat menyesatkan, dan menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen. Oleh karena itu, pengelompokan dark patterns menjadi penting untuk membedakan pelanggaran etika, perdata, dan perbuatan yang telah masuk ke ranah pidana.
- Praktik dark patterns dalam kondisi tertentu dapat dimintai pertanggungjawaban pidana berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Pasal 492 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Ketiga rezim hukum tersebut saling melengkapi dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dari praktik manipulatif berbasis sistem digital.

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perbuatan dark patterns menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dipahami sebagai perbuatan pelaku usaha yang dilakukan melalui sistem elektronik yang melanggar kewajiban hukum terutama terkait pemberian informasi yang benar transparan dan kebebasan konsumen dalam memilih. Klasifikasi perbuatan pidana dalam UUPK menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap kewajiban dan larangan tersebut dapat dikenakan sanksi pidana apabila memenuhi unsur perbuatan menyesatkan adanya kesalahan serta menimbulkan kerugian bagi konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 8 Pasal 9 dan Pasal 62 UUPK. Selanjutnya pengelompokan dark patterns dalam perbuatan pidana menunjukkan bahwa tidak semua jenis dark patterns dapat langsung dipidana namun jenis tertentu seperti misleading interface hidden information dan sneaking berpotensi memenuhi unsur tindak pidana apabila dilakukan secara sengaja dan menimbulkan kerugian nyata sehingga dapat dimintai pertanggungjawaban pidana berdasarkan UUPK serta ketentuan pidana lain yang relevan.

# 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]“UNDANG-UNDANG Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

[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]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.

[12]A. Wasiska and U. I. Chaldun, “TINDAK PIDANA DAN UNSUR-UNSURNYA VERSUS DEELNEMING DELICTEN / TINDAK PIDANA PENYERTAAN VERSUS PERTANGGUNGJAWABAN TINDAK PIDANA,” vol. 1, no. 1, 2023.

[13]B. Kesatu, “UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 1 TAHUN 2023 TENTANG KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PIDANA”.

[14]“UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 1 TAHUN 2024 TENTANG PERUBAHAN KEDUA ATAS UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK.”

[15]D. Mahesa, P. Hariyanti, and A. U. Hosnah, “IMPLEMENTASI HUKUM TERHADAP PELAKU KEJAHATAN TINDAK PIDANA PENIPUAN ONLINE,” 2023.

