

Digital Consent Anak di Bawah Umur: Batas Etis dan Hukum dalam Persetujuan terhadap Monetisasi Konten

Digital Consent for Children: Ethical and Legal Boundaries in Consent to Content Monetization

Sulung Nugroho¹, Suryaningsih², & Amsari Damanik³

¹Universitas Mulawarman, Indonesia, Email: sulungnugroho@fh.unmul.ac.id, Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-8290-2172>

²Universitas Mulawarman, Indonesia, Email: suryaningsih@fkip.unmul.ac.id, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1093-810X>

³Universitas Mulawarman, Indonesia, Email: amsaridamanik@fh.unmul.ac.id, Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-0613-476X>

Abstract

The phenomenon of minors as content creators on social media raises new challenges in the legal world, particularly regarding digital consent for the publication and monetization of content involving children as the main subject. In many cases, consent is given by parents or guardians, without the direct involvement of the child, who is not legally capable of expressing their own will. This research uses a normative/doctrinal legal method, which examines the principles, principles, and norms of applicable positive law, particularly in the Child Protection Law, the Electronic Information and Transactions (ITE) Law, and the Personal Data Protection Law. This research also examines the concept of the best interest of the child in a legal perspective as the main foothold in the formation of child protection policies in the digital realm. The research findings show that there is no specific and comprehensive legal regulation regarding the validity of children's digital consent in social media-based economic activities. Therefore, it is necessary to formulate new legal norms that guarantee the protection of children from potential digital exploitation, as well as mechanisms for children's participation in giving consent to content that concerns their rights and interests in cyberspace.

Abstrak

Fenomena anak di bawah umur sebagai konten kreator di media sosial memunculkan tantangan baru dalam dunia hukum, khususnya terkait persetujuan digital (*digital consent*) atas publikasi dan monetisasi konten yang melibatkan anak sebagai subjek utama. Dalam banyak kasus, persetujuan diberikan oleh orang tua atau wali, tanpa keterlibatan langsung dari anak, yang secara hukum belum cakap untuk menyatakan kehendaknya sendiri. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif/doktrinal, yaitu dengan menelaah prinsip, asas, dan norma hukum positif yang berlaku, terutama dalam Undang-Undang Perlindungan Anak, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), dan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi. Penelitian ini juga mengkaji konsep *the best interest of the child* dalam perspektif hukum sebagai pijakan utama dalam pembentukan kebijakan perlindungan anak di ranah digital. Temuan penelitian menunjukkan belum adanya pengaturan hukum yang spesifik dan komprehensif mengenai validitas persetujuan digital anak dalam aktivitas ekonomi berbasis media sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan perumusan norma hukum baru yang menjamin perlindungan anak dari potensi eksploitasi digital, serta mekanisme partisipasi anak dalam pemberian persetujuan atas konten yang menyangkut hak dan kepentingannya di dunia maya.

Article history

Received 19 May 2025

Accepted 20 June 2025

Published 23 June 2025

Keywords

children's rights; influencers; digital world; ethics and law; protection.

Kata kunci

hak anak; *influencer*; dunia digital; etika dan hukum; perlindungan.

How to cite this article

Nugroho, S., Suryaningsih, S., & Damanik, A. (2025). *Digital Consent Anak di Bawah Umur: Batas Etis dan Hukum dalam Persetujuan terhadap Monetisasi Konten*. *Doh Gisin*, 2(1), 7—14. <https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/dohgisin/article/view/3050>

Corresponding author: Sulung Nugroho, email: sulungnugroho@fh.unmul.ac.id

Pendahuluan

Perkembangan pesat dari Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan penting dalam cara anak-anak aktif berinteraksi, berekspresi, serta berpartisipasi dalam dunia ekonomi digital. Anak-anak menjadi *content creator* atau *kidfluencer* di berbagai platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram sebenarnya adalah tren global yang menjanjikan keuntungan uang, baik bagi anak tersebut atau orang tua atau pihak lain yang mengelola aktivitas digital tersebut (Faza et al., 2024). Dalam waktu yang sama, ketika konten anak yang populer dikomersialisasi, kekhawatiran berdasarkan persetujuan digital yang sah yang bisa didapat melalui proses monetisasi tersebut juga muncul.

Menurut Livingstone dan Blum-Ross, banyak anak terlibat dalam produksi konten tanpa pemahaman utuh mengenai risiko jangka panjang yang berkaitan dengan privasi, jejak digital, dan potensi eksploitasi (Livingstone & Blum-Ross, 2020). Studi oleh Auxier di Pew Research Center juga menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua tidak sepenuhnya memahami bagaimana data anak mereka digunakan oleh platform digital, apalagi anak itu sendiri (Auxier et al., 2020). Selain itu, riset oleh Soebandono di Indonesia menunjukkan adanya celah regulasi dalam perlindungan anak yang terlibat dalam konten digital yang dimonetisasi, khususnya terkait mekanisme persetujuan dan perlindungan hak anak dalam platform daring (Soebandono, 2022).

Dalam konteks hukum positif di Indonesia, anak-anak secara umum dianggap belum cakap hukum dalam memberikan persetujuan yang sah. Hal ini berdampak pada keabsahan *consent* yang diberikan untuk penggunaan identitas digital mereka dalam aktivitas komersial. Di sisi lain, dari perspektif etika, penggunaan konten anak untuk tujuan ekonomi menimbulkan perdebatan serius terkait eksploitasi, *informed consent*, dan prinsip *best interest of the child* (UNICEF, 2017). Fenomena ini belum sepenuhnya direspons dalam sistem Hukum di Indonesia.

Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung terfokus pada aspek perlindungan data pribadi anak atau regulasi konten digital secara umum (Stoilova et al., 2019), namun belum banyak yang secara spesifik menelaah validitas *digital consent* anak dalam kerangka monetisasi konten. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut melalui pendekatan hukum dan etika terhadap satu persoalan utama: Sejauh mana persetujuan anak di bawah umur sah secara hukum dan etis untuk dijadikan dasar monetisasi konten digital yang melibatkan dirinya? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis batas-batas etis dan hukum terhadap persetujuan yang diberikan oleh anak dalam konteks produksi dan monetisasi konten digital, serta menyusun kerangka normatif yang dapat digunakan sebagai dasar perlindungan hak-hak anak di era digital. Untuk memecahkan persoalan tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka teori dari prinsip *best interest of the child* sebagaimana tercantum dalam Konvensi Hak Anak PBB (CRC), dikombinasikan dengan teori *informed consent* dalam ranah hukum privasi dan bioetika. Pendekatan teoritik ini memungkinkan penulis untuk menilai tidak hanya aspek legalitas formal, tetapi juga keabsahan moral dari persetujuan anak dalam konteks digital.

Metode

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian hukum normatif, yang mana pendekatannya berlandaskan pada norma-norma hukum tertulis sebagai sumber primer dalam menganalisis isu hukum (Soekanto & Mamudji, 2011). Fokus utama penelitian ini adalah analisis terhadap norma hukum positif, prinsip-prinsip hukum, doktrin, dan teori hukum yang relevan untuk mengevaluasi keabsahan serta batasan etis dari persetujuan digital (*digital consent*) anak di bawah umur dalam konteks monetisasi konten digital. Sumber data utama yang digunakan meliputi peraturan perundang-undangan, dokumen kebijakan nasional dan internasional, laporan dari lembaga terkait, doktrin hukum, serta studi akademik yang bersumber dari jurnal terakreditasi. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif, yakni dengan menafsirkan dan menghubungkan norma hukum serta doktrin yang ada dengan fenomena sosial-kultural yang berkembang. Penekanan utama analisis diarahkan pada kesesuaian antara prinsip perlindungan anak dan praktik monetisasi konten digital anak, guna mengidentifikasi potensi celah atau kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam kerangka regulasi yang berlaku saat ini (Marzuki, 2007). Hasil dari analisis ini diharapkan menjadi dasar bagi perumusan rekomendasi hukum dan kebijakan yang berpihak pada kepentingan terbaik anak di era digital.

Pembahasan

1. Validitas *Digital Consent* Anak dalam Perspektif Hukum

Secara hukum, anak di bawah umur dianggap belum memiliki kecakapan hukum penuh untuk melakukan perbuatan hukum secara mandiri, termasuk dalam memberikan persetujuan atas penggunaan data dan keterlibatan dalam aktivitas digital yang dimonetisasi (Perdana & Wardani, 2023). Dalam konteks hukum Indonesia, Pasal 26 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menegaskan pentingnya persetujuan individu atas penggunaan data pribadinya. Meskipun demikian, undang-undang ini tidak secara spesifik mengatur bagaimana persetujuan dari anak di bawah umur diberikan dan diakui secara sah.

Lebih lanjut, dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP), anak dikategorikan sebagai subjek data khusus yang memerlukan perlindungan tambahan. Pasal 23 ayat (1) UU PDP secara eksplisit menyatakan bahwa pemrosesan data pribadi anak harus memperoleh persetujuan dari wali atau orang tua. Hal tersebut senada dengan ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Pasal 1330 yang mengatur bahwa tindakan hukum anak di bawah umur memerlukan persetujuan orang tua atau wali. Namun demikian, tidak ada ketentuan yang menjelaskan bagaimana kualitas dari persetujuan tersebut diverifikasi, khususnya dalam konteks komersialisasi atau monetisasi konten digital anak.

Ketidakhadiran regulasi yang eksplisit mengenai persetujuan anak dalam konteks digital menyebabkan terjadinya kekosongan hukum (*legal vacuum*) yang berbahaya bagi kepentingan anak. Anak dapat menjadi objek eksploitasi digital, baik secara ekonomi maupun psikologis, karena konten yang dibuat dan disebarluaskan tidak semata untuk kepentingan edukatif atau ekspresi diri, melainkan menjadi alat ekonomi bagi pihak ketiga, termasuk orang tua mereka sendiri (Sari & Pratama, 2024). Meskipun Undang-Undang Perlindungan Anak Nomor 35 Tahun 2014 menegaskan pentingnya perlindungan anak, termasuk dari eksploitasi, regulasi ini tidak secara eksplisit mengatur persetujuan digital (*digital consent*) dalam konteks monetisasi konten digital anak. Demikian pula, UU Pelindungan Data Pribadi Nomor 27 Tahun 2022 mewajibkan persetujuan orang tua untuk pengolahan data pribadi anak, tetapi kurang memberikan detail mekanisme pelaksanaan dan verifikasi persetujuan dalam konteks digital yang sangat dinamis (Andiani & Wiraguna, 2025).

Ketiadaan regulasi rinci ini menyebabkan banyak kasus di mana anak-anak dieksploitasi secara ekonomi melalui media digital tanpa perlindungan hukum yang memadai. Contoh yang kerap muncul adalah akun media sosial milik anak-anak yang dikelola oleh orang tua, di mana pendapatan monetisasi diambil oleh orang tua tanpa transparansi dan tanpa persetujuan jelas dari anak (Siregar & Firmansyah, 2023). Situasi ini menekankan urgensi adanya kerangka hukum yang lebih komprehensif untuk melindungi hak-hak anak di ruang digital.

2. Batas Etis Monetisasi Konten Anak

Dari perspektif etika, keterlibatan anak dalam produksi konten digital harus senantiasa mempertimbangkan prinsip *best interest of the child* sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Konvensi Hak Anak (CRC). Prinsip ini mengharuskan semua keputusan yang menyangkut anak didasarkan pada pertimbangan terbaik bagi tumbuh kembang dan kesejahteraan mereka, termasuk perlindungan dari dampak psikologis negatif akibat paparan publik secara terus-menerus. Livingstone & Blum-Ross (2020) mengemukakan bahwa banyak orang tua secara tidak sadar mengeksploitasi anak mereka dalam produksi konten digital dengan dalih partisipasi sukarela, padahal anak belum tentu memahami implikasi jangka panjang dari keterlibatan tersebut. Hal ini diperkuat oleh studi Stoilova et al. (2019) yang menunjukkan bahwa anak-anak memiliki pemahaman yang terbatas mengenai privasi digital dan dampak dari paparan identitas mereka secara daring.

Secara etis, persetujuan anak tidak dapat dikatakan valid apabila diberikan tanpa pemahaman yang memadai tentang risiko yang menyertainya. Dalam doktrin *informed consent*, sebagaimana dikembangkan dalam ranah bioetika dan hukum kesehatan, persetujuan dianggap sah apabila diberikan secara sukarela, oleh pihak yang cakap hukum, dan berdasarkan informasi yang lengkap (*digital consent*) anak, maka jelas bahwa persetujuan yang diberikan oleh anak di bawah umur tanpa kapasitas hukum dan pemahaman memadai tidak dapat dijadikan dasar yang etis maupun legal untuk monetisasi konten.

Lebih jauh, prinsip *best interest of the child* mengutamakan perlindungan terhadap kesejahteraan fisik, psikologis, dan sosial anak. Monetisasi konten yang melibatkan anak-anak dapat menyebabkan tekanan psikologis, pelanggaran privasi, dan eksploitasi yang bertentangan dengan prinsip ini (Livingstone & Blum-Ross, 2020). *Ethical concerns* juga muncul ketika anak-anak "bekerja" di ranah digital tanpa perlindungan

yang sama seperti anak pekerja di sektor konvensional (Rahman et al., 2023). Jam kerja yang tidak terbatas, eksposur terhadap kritik publik, hingga kehilangan privasi menjadi masalah serius yang perlu diperhatikan (Bragg et al., 2022).

3. Monetisasi Konten Anak: Praktik, Risiko, dan Dampak

Anak-anak yang terlibat dalam monetisasi konten digital biasanya disebut sebagai *kidfluencer*. Mereka mengunggah video, foto, dan berbagai aktivitas yang berhasil mendapatkan penayangan serta interaksi tinggi, sehingga konten tersebut dapat dimonetisasi melalui iklan, sponsor, atau *endorsement* (Lestari et al., 2024). amun, praktik ini membawa risiko besar, terutama terkait eksploitasi ekonomi karena pendapatan yang dihasilkan sering kali tidak dibagi secara adil dan anak tidak memiliki kontrol penuh atas hasilnya. Selain itu, ada kehilangan privasi sebab konten yang diunggah bersifat publik dan tidak dapat ditarik kembali, yang berpotensi merugikan anak di masa depan. Praktik ini juga menimbulkan tekanan psikologis karena anak harus selalu tampil menarik dan “menyenangkan” audiens, yang dapat memicu stres serta gangguan mental. Terakhir, ada risiko keamanan seperti paparan terhadap predator daring, *cyberbullying*, dan penyalahgunaan konten (Stoilova et al., 2019). Studi yang dilakukan oleh Bragg et al. (2022) menegaskan bahwa anak yang menjadi pusat perhatian publik digital sering mengalami kesulitan dalam membentuk identitas diri dan mendapatkan kehidupan pribadi yang sehat.

4. Regulasi dan Kebijakan Perlindungan Anak Digital di Beberapa Negara

Beberapa negara telah mengembangkan regulasi khusus untuk menangani isu persetujuan digital dan monetisasi konten anak. Prancis, misalnya, telah memberlakukan *Labour Law for Child Influencers* (Legifrance, 2020) yang secara ketat mengatur penggunaan gambar dan suara anak dalam konten digital berbayar. Aturan ini mengharuskan pendapatan anak disimpan dalam rekening khusus yang hanya dapat diakses setelah anak dewasa (Kojok, 2022). Di Amerika Serikat, *Children’s Online Privacy Protection Act* (COPPA) mengatur persetujuan orang tua untuk pengumpulan data anak di bawah 13 tahun, meskipun belum secara spesifik mencakup monetisasi konten (Federal Trade Commission, 2012).

Sementara itu, Inggris telah mengimplementasikan *Age Appropriate Design Code*, atau yang dikenal juga sebagai *Children’s Code*, yang mewajibkan platform digital merancang sistem untuk melindungi privasi anak dan menghindari manipulasi digital (Information Commissioner’s Office, 2020). Kode ini menetapkan 15 prinsip atau standar yang mengharuskan penyedia layanan *online* mendesain platform mereka dengan mempertimbangkan kebutuhan, hak, dan keselamatan anak sejak tahap perancangan (*privacy by design*). Lima belas prinsip tersebut adalah: (1) *Best interests of the child* (kepentingan terbaik anak harus menjadi prioritas dalam setiap keputusan dan platform harus menilai dampak layanan terhadap kesejahteraan anak); (2) *Data protection impact assessments* (DPIA) (wajib melakukan penilaian dampak perlindungan data sebelum merancang atau memperbarui layanan yang dapat diakses anak, dengan mempertimbangkan usia, kerentanan, dan kebutuhan anak); (3) *Age-appropriate application* (layanan harus mempertimbangkan usia pengguna dan menerapkan pengalaman yang sesuai, bisa melalui verifikasi usia atau segmentasi); (4) *Transparency* (informasi tentang privasi dan penggunaan data harus jelas dan mudah dipahami anak); (5) *Detrimental use of data* (dilarang menggunakan data anak untuk tujuan yang merugikan, seperti manipulasi perilaku, mendorong kecanduan, atau iklan tidak pantas); (6) *Policies and community standards* (platform harus secara konsisten menerapkan kebijakan dan standar komunitas mereka); (7) *Default settings* (pengaturan privasi *default* harus memberikan tingkat perlindungan data tertinggi secara otomatis); (8) *Data minimisation* (hanya boleh mengumpulkan data yang benar-benar diperlukan tanpa pengumpulan berlebihan); (9) *Data sharing* (tidak boleh membagikan data anak dengan pihak ketiga kecuali diperlukan dan sesuai kepentingan terbaik anak); (10) *Geolocation* (fitur pelacakan lokasi harus nonaktif secara *default* dan pengguna harus diberi peringatan jelas); (11) *Parental controls* (jika layanan menyediakan kontrol orang tua, anak harus diberi tahu dengan cara yang sesuai usia bahwa aktivitas mereka mungkin diawasi); (12) *Profiling* (pengumpulan data untuk memprediksi perilaku hanya boleh dilakukan bila ada justifikasi kuat dan harus dinonaktifkan secara *default*); (13) *Nudge techniques* (dilarang menggunakan “*dark patterns*” atau teknik psikologis manipulatif); (14) *Connected toys and devices* (produk digital seperti mainan pintar harus mematuhi kode ini dan dirancang dengan prinsip keamanan dan privasi sejak awal); dan (15) *Online tools* (harus tersedia alat yang memungkinkan anak-anak dan orang tua mengakses, menghapus, atau mengubah data pribadi dengan mudah).

Aturan ini dirancang bukan untuk melarang anak-anak mengakses internet, melainkan untuk memastikan mereka dilindungi dan dihargai hak-haknya sebagai subjek data, sebagaimana dijamin dalam UK GDPR dan Konvensi PBB tentang Hak Anak (CRC). Praktik-praktik ini memberikan model perlindungan hukum yang

dapat diadopsi dalam kerangka hukum nasional. Indonesia dapat mempertimbangkan pengaturan yang lebih rinci mengenai peran negara dalam mengawasi dan membatasi monetisasi konten yang melibatkan anak-anak, termasuk dengan mekanisme persetujuan yang tervalidasi serta pembagian keuntungan yang adil dan transparan (Garry & Harefa, 2024). Dengan mengambil pelajaran dari kebijakan tersebut, Indonesia dapat mengembangkan regulasi yang lebih spesifik dan komprehensif.

5. Tantangan Verifikasi dan Implementasi Digital Consent Anak

Salah satu tantangan terbesar dalam isu ini adalah bagaimana memverifikasi bahwa persetujuan digital (*digital consent*) yang diberikan oleh anak atau melalui orang tua benar-benar sah dan sesuai dengan prinsip etika. Proses verifikasi ini melibatkan aspek teknis, hukum, dan edukasi yang kompleks. Harus diakui bahwa di beberapa platform digital, sistem persetujuan masih menggunakan metode *clickwrap* yang tidak memperhatikan usia anak atau kapasitas pemahaman mereka (Martinelli et al., 2024). Hal ini menimbulkan risiko persetujuan yang dianggap otomatis dan tanpa pemahaman yang memadai. Oleh karena itu, peran teknologi menjadi sangat penting dalam menciptakan sistem verifikasi usia (*age verification*) yang dapat diandalkan dan sekaligus melindungi privasi anak (UNICEF, 2017). Namun, pengembangan dan implementasi teknologi ini harus diimbangi dengan kebijakan hukum yang kuat serta sosialisasi yang efektif kepada masyarakat agar dapat berjalan optimal.

6. Peran Orang Tua dan Keluarga dalam Digital Consent Anak

Orang tua memegang peran kunci dalam memberikan persetujuan atas nama anak, sekaligus mengawasi aktivitas digital anak. Namun, konflik kepentingan dapat muncul saat orang tua juga bertindak sebagai pengelola konten dan penerima manfaat dari monetisasi (Kamilah & Achmad, 2024). Edukasi kepada orang tua menjadi sangat penting agar mereka memahami konsekuensi dari persetujuan digital (*digital consent*) dan tidak mengeksploitasi anak demi keuntungan finansial semata. Selain itu, dukungan psikologis bagi anak juga harus diperhatikan agar mereka tidak mengalami tekanan berlebih akibat eksposur digital yang terus-menerus (Livingstone & Blum-Ross, 2020).

7. Perspektif Psikologis: Dampak Eksposur Digital pada Anak

Eksposur berlebihan terhadap publik digital dapat berdampak negatif pada perkembangan psikologis anak. Studi menunjukkan bahwa anak yang rutin tampil di depan kamera menghadapi risiko stres, gangguan identitas, dan ketergantungan pada validasi sosial dari penonton digital. Selain itu, risiko *bullying online* dan komentar negatif yang tidak tersaring dapat merusak kesehatan mental anak (Pebriani & Darmiyanti, 2024). Oleh karena itu, persetujuan digital (*digital consent*) tidak hanya sebatas izin, melainkan juga perlindungan menyeluruh yang harus difasilitasi oleh keluarga, sekolah, dan pemerintah.

8. Rekomendasi Kebijakan untuk Perlindungan Digital Consent Anak

Untuk menjawab berbagai tantangan yang telah diuraikan, beberapa rekomendasi kebijakan dapat diusulkan. Pertama, perlu adanya pengaturan umur minimum untuk keterlibatan anak dalam monetisasi konten digital, misalnya dengan menetapkan usia minimal 16 tahun yang disertai persetujuan orang tua. Kedua, pengelolaan pendapatan anak harus dilakukan oleh lembaga perwalian khusus yang menjamin pendapatan tersebut tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Ketiga, pengawasan platform digital oleh otoritas perlindungan anak sangat penting untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan serta memberlakukan sanksi bagi pelanggaran. Keempat, penerapan teknologi verifikasi usia yang andal dan sensitif privasi perlu diintensifkan. Terakhir, kampanye edukasi digital yang komprehensif perlu digalakkan bagi anak-anak dan orang tua mengenai risiko serta hak-hak digital anak.

Penutup

Persetujuan digital (*digital consent*) yang diberikan oleh anak di bawah umur dalam konteks monetisasi konten digital tidak dapat dianggap sah secara hukum tanpa keterlibatan aktif dan persetujuan eksplisit dari orang tua atau wali yang sah. Berdasarkan asas hukum perdata, anak belum cakap hukum (Pasal 1330 KUH Perdata), sehingga segala bentuk tindakan hukum—termasuk persetujuan digital—yang melibatkan konsekuensi ekonomi tidak memiliki kekuatan mengikat tanpa pendampingan hukum yang memadai.

Ketidakhadiran regulasi spesifik dalam hukum nasional mengenai persetujuan digital anak menciptakan kekosongan hukum (*rechtsvacuum*) yang memperbesar risiko eksploitasi ekonomi, pelanggaran hak privasi, dan penyalahgunaan data anak. Hal ini jelas bertentangan dengan prinsip *best interest of the child* sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Perlindungan Anak dan Konvensi Hak Anak.

Oleh karena itu, negara tidak boleh abai terhadap kondisi ini. Perlindungan anak dalam ruang digital harus menjadi bagian integral dari sistem hukum nasional. Diperlukan pengaturan khusus yang secara tegas mengatur batas-batas, syarat, serta mekanisme pemberian persetujuan digital oleh anak, termasuk pengelolaan pendapatan yang adil dan verifikasi otoritatif atas persetujuan orang tua. Tanpa intervensi hukum yang jelas dan tegas, ruang digital akan terus menjadi celah legal bagi eksploitasi anak di bawah dalih partisipasi. Maka, hukum harus hadir, tidak hanya sebagai norma pasif, tetapi sebagai alat perlindungan yang aktif dan adaptif terhadap tantangan zaman.

Daftar Pustaka

- Andiani, F. N., & Wiraguna, S. A. (2025). Pelindungan Data Pribadi Anak di TikTok : Kajian Hukum terhadap Penggunaan Media Sosial oleh Pengguna di Bawah Umur. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 3(2), 252–261. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v3i2.1314>
- Auxier, B., Anderson, M., Perrin, A., & Turner, E. (2020). *Parenting Children in the Age of Screens*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2020/07/28/parenting-children-in-the-age-of-screens/>
- Bragg, S., Buckingham, D., & Kehily, M. J. (2022). *Childhood and Celebrity in the Era of Social Media*. Routledge.
- Faza, A. S. A., Rosadi, S. D., & Rubiati, B. (2024). The Urgency of Protecting the Privacy Rights of Kidfluencers on Social Media in Indonesia in Relation to the 1989 Convention on the Rights of the Child. *Jurnal Hukum Sehasen*, 10(2), 517–524. <https://doi.org/10.37676/jhs.v10i2.6884>
- Federal Trade Commission. (2012). *Mobile Apps for Kids: Disclosures Still Not Making the Grade*. <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/mobile-apps-kids-disclosures-still-not-making-grade/121210mobilekidsappreport.pdf>
- Garry, G., & Harefa, B. (2024). Perlindungan Hukum Anak Korban Eksploitasi Sebagai Publik Figur di Media Sosial. *Jurnal USM Law Review*, 7(1), 129–143. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.7850>
- Information Commissioner's Office. (2020). *Age appropriate design: A code of practice for online services*. <https://www.pdpjournals.com/docs/888024.pdf>
- Kamilah, S. R., & Achmad, Z. A. (2024). Mendidik Anak di Era Digital: Peran Konten @claycliffhartono untuk Kesadaran Parenting. *Jurnal Nomosleca*, 10(2), 237–248. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/13466>
- Kojok, B. (2022). *Reinventing Child Labour: A Contemporary Analysis of Children's Participation in the Digital Labour Economy* [University of Windsor]. <https://scholar.uwindsor.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1264&context=major-papers>
- Legifrance. (2020). *LOI no 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne (1)*. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042439054>
- Lestari, N. D., Indahsari, D. A., Ramadhan, I. A., Khasanah, A. R., Zhurifa, A., & Sukmono, F. G. (2024). Analisis Isi Konten Komersialisasi Kidfluencers pada Akun TikTok @abe_daily. *Jurnal Audiens*, 5(2), 318–333. <https://journalaudiens.umsy.ac.id/index.php/ja/article/view/370>
- Livingstone, S., & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future*. Oxford University Press.
- Martinelli, I., Wibowo, S. H., Andreas, G. F. M., & Fae, M. O. (2024). Penggunaan Click-Wrap Agreement Pada E-Commerce: Tinjauan Terhadap Keabsahannya Sebagai Bentuk Perjanjian Elektronik. *Jurnal Supremasi*, 14(1), 73–86. <https://doi.org/10.35457/supremasi.v14i1.2797>
- Marzuki, P. M. (2007). *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Group.
- Pebriani, M., & Darmiyanti, A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(3), 1–9. <https://doi.org/10.47134/paud.v1i3.556>

- Perdana, R. G., & Wardani, S. (2023). Pelindungan Hukum terhadap Konten Kreator Anak. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 431–450. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v7i2.7908>
- Rahman, F. A., Rohmah, M., Rustiani, S., Fatmawati, I. Y., & Zahro, N. A. D. S. (2023). Pendidikan Karakter Dalam Era Digital: Bagaimana Teknologi Mempengaruhi Pembentukan Moral Dan Etika. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 294–304. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2975>
- Sari, C. C. F., & Pratama, Y. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Eksploitasi Anak Melalui Platform Digital Tiktok. *Risalah Hukum*, 20(2), 91–101. <https://doi.org/10.30872/risalah.v20i2.1592>
- Siregar, A. J. R., & Firmansyah, H. (2023). Tinjauan Hukum Terhadap Peran Media Sosial dalam Eksploitasi Anak. *UNES Law Review*, 6(2), 1–8. <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/1315>
- Soebandono, S. (2022). Perlindungan hukum terhadap anak sebagai konten kreator di media sosial. *Jurnal Hukum Dan Teknologi*, 5, 112–129.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2011). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Raja Grafindo Persada.
- Stoilova, M., Livingstone, S., & Nandagiri, R. (2019). *Children's data and privacy online: Growing up in a digital age. Research findings*. London School of Economics and Political Science. <https://www.lse.ac.uk/my-privacy-uk/Assets/Documents/Childrens-data-and-privacy-online-report-for-web.pdf>
- UNICEF. (2017). *Children in a Digital World*. UNICEF. <https://www.unicef.org/uzbekistan/media/711/file/SOWC: Children in a Digital World.pdf>

