

DAFTAR ISI

a. Sampul Depan Tesis	i
b. Halaman Persetujuan	ii
c. Halaman Pernyataan	iii
d. Kata Pengantar	iv
e. Daftar Isi	vii
f. Daftar Tabel	x
g. Daftar Gambar	xi
h. Arti Lambang Dan Singkatan	xii
i. Intisari	xvi
j. Abstract	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Keaslian Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Data Pribadi	13
1. Pengertian Dan Ruang Lingkup Data Privasi	13
2. Asas-Asas dan Pengaturan Perlindungan Data Prbadi	20
3. Pengaturan Data Privasi di Negara Lain	30
B. Tinjauan Umum Tentang e-Commerce	37

1. Pengertian Dan Ruang Lingkup	37
2. Pengaturan dan Perlindungan terhadap Konsumen <i>e-Commerce</i>	43
3. Data Privasi Konsumen Dalam Transaksi e-Commerce	46
BAB III METODE PENELITIAN	53
1. Sifat Dan Jenis Penelitian	53
2. Narasumber	53
3. Jenis Data	54
4. Alat Dan Cara Pengumpulan Data	56
5. Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Jaminan Perlindungan Hukum Terhadap Data Privasi Konsumen dalam e- Commerce	57
B. Upaya Perlindungan Atas Data Pribadi Konsumer Dalam Pemanfaatan MBT	72
1. Urgensi Pemanfaatan Metode Target Perilaku Pasar atau “Market Behavior Targeting”	72
a. Ruang Lingkup, Mekanisme dan Manfaat Target Perilaku Pasar	72
b. Resiko-Resiko dalam Penerapan Behavior Targeting	89
c. Analisis Penerapan dan Pemanfaatan Metode Target Perilaku di Indonesia	95
1) Studi Penerapan MBT Pada PT XL Axiata Tbk	95
2) Studi Penerapan MBT Pada Elevenia.com	102

2. Konsepsi Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam Pemanfaatan MBT	107
a. Pertanggungjawaban Pada Pemanfaatan Data Privasi	111
1) Pertanggungjawaban perdata	111
2) Pertanggungjawaban pidana	118
b. Sertifikasi dan Kepatuhan (Compliance), Wajib Laporan	125
c. Penerapan SOP	130
d. Sertifikasi terhadap pelanggan yang mengiyakan penggunaan data (kontrak)	134
3. Upaya Menyeimbangkan antara Pemanfaatan MBT dan Perlindungan Data pribadi Konsumen	145
BAB V PENUTUP	163
A. Kesimpulan	163
B. Saran	165
DAFTAR PUSTAKA	167

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Contoh Variabel Segmentasi Pasar	86
Tabel 2. Hasil Segmentasi Berdasarkan Pembelian Produk	106
Tabel 3. Perjanjian Layanan Elevenia atau Service Usage Agreement	137
Tabel 4. Kerangka Regulasi	141
Tabel 5. Prinsip-Prinsip Perlindungan Data Privasi	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penggunaan Internet Secara Global Tahun 2015	76
Gambar 2. Dinamika Ekosistem Data	78
Gambar 3. Strategi Segmentasi Yang Dilakukan XL	98
Gambar 4. Pemetaan Area Berdasarkan Segmentasi Pasar Oleh XL	99
Gambar 5. Segmentasi Geolokasi Di Bandung	100
Gambar 6. Metode Penerapan MBT oleh Shell dan XL	101
Gambar 7. Hasil Metode Target Perilaku Shell	102
Gambar 8. Data Management Process Elevenia	104
Gambar 9. Pemetaan Segmentasi Geolokasi Oleh Elevenia	105
Gambar 10. Hasil Segmentasi Berdasarkan Nilai Pendapatan Konsumen	105
Gambar 11. Hasil Segmentasi Berdasarkan Usia Oleh Elevenia	106

ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN

FTC :	Federal Trade Commission;
UNCITRAL :	United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL);
Big Data :	Data dengan ciri berukuran sangat besar, sangat variatif, sangat cepat pertumbuhannya dan mungkin tidak terstruktur yang perlu diolah khusus dengan teknologi inovatif sehingga mendapatkan informasi yang mendalam dan dapat membantu pengambilan keputusan yang lebih baik;
Mobile GPS :	Fitur <i>Global Positioning System</i> (GPS) yang berada dalam perangkat seluler (Mobile);
Market Behavior Targeting :	Suatu Metode Target Perilaku Pasar untuk mendapatkan segmentasi konsumen;
Cloud Computing :	gabungan pemanfaatan teknologi komputer ('komputasi') dan pengembangan berbasis Internet ('awan')
ACHR :	American Convention on Human Rights;
ECHR :	European Convention on Human Rights;
Kovenan Sipol :	Kovenan International Hak Sipil Dan Politik;
OECD :	Organization of Economic Cooperation and Development;
DUHAM :	Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia;

ICCPR :	International Covenant on Civil and Political Rights ;
CIPP :	Official Reference for The Certified Information Privacy Professional (CIPP);
PDPO :	Personal Data Privacy Ordinance 1995;
PDPA :	Personal Data Protection Act;
PIPA :	Personal Information Protection Act 2011;
GSM :	Global system Mobile;
PSTN :	Public Swith Telephone Network;
GPRS :	General Packet Radio Switch;
CDMA :	Code Division Multiple Access
ISDN :	Integrated Switch Digital Network;
Xdsl :	Istilah untuk menyebut semua tipe teknologi digital subscriber lines. Dua jenis yang utama adalah ADSL dan SDSL. Dua jenis lainnya adalah High-data-rate DSL (HDSL) dan Very high DSL (VDSL). Teknologi xDSL termasuk teknologi VoIP (Voice over IP) yang sedang trend saat ini yang dikembangkan;
WLAN :	Wireless Local Area Network (LAN);
LAN :	Local Area Network;
WiMax :	Worldwide Interoperability for Microwave Access

- UMTS : Universal Mobile Telecommunications System) adalah salah satu teknologi telepon genggam/seluler 3G (generasi ke-3);
- EU DPD European Data Protection Directive;
- Cyberspace : media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal-balik secara online (terhubung langsung);
- United Nations Global Pulse : *The United Nations Global Pulse was launched in 2009 as an information initiative by the Executive Office of the United Nations Secretary-General.^[1] In August 2013, the *New York Times* reported that Global Pulse had its main "Pulse Lab" in *New York City*, with a staff of 14 there, plus a staff of 10 in their lab in *Jakarta, Indonesia* and 8 in their lab in *Kampala, Uganda*.¹*
- GSM Association: Asosiasi Global for System Mobile, Badan Dunia untuk penyelenggara layanan GSM;
- Cookies : Cookies atau bisa disebut sebagai HTTP cookies, web cookies, atau browser cookies adalah data/informasi yang diciptakan oleh suatu website untuk disimpan pada browser bisa diambil untuk

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Global_Pulse

	memberitahu website tentang aktivitas user pada waktu sebelumnya;
Clickstream :	sebuah catatan mengenai pengguna internet, termasuk situs web dan setiap halaman web yang telah dikunjungi, dan e-mail yang dikirim dan diterima;
PII atau Non-PII :	Personally identifiable information atau not Personally identifiable information;
Surveillance:	Proses mengamati perilaku orang, objek atau proses dalam sistem dengan mengharapkan ditemukannya kejadian tertentu pada sistem untuk tujuan keamanan atau kontrol sosial;
Profitability	Keuntungan
Up sell and cross sell ;	<i>Up Sell</i> adalah system yang menawarkan produk yang hampir sama dengan gambar yang diperlihatkan kepada konsumen namun dengan harga yang lebih tinggi.System ini disebut dengan “related product” yakni Produk yang sedang di lihat konsumen mirip dengan produk aslinya. Dan <i>Cross sell</i> adalah tampilan produk ke lengkapan dari produk yang sedang dilihat konsumen, biasanya produk ini akan terlihat pada halaman detail produk atau pada saat check-out;