

ABSTRAK

Fenomena iklan terselubung atau *undisclosed advertisement* menjadi isu yang semakin menonjol dalam perkembangan pemasaran digital karena menimbulkan berbagai persoalan, khususnya dalam aspek perlindungan konsumen. Praktik promosi berbayar yang tidak diungkapkan secara terbuka berpotensi menyesatkan konsumen serta melanggar hak mereka untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaturan perlindungan konsumen terhadap praktik tersebut di Indonesia serta membandingkannya dengan sistem pengaturan di Amerika Serikat, dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif melalui pendekatan perundang-undangan. Hasil komparasi dari kedua peraturan negara ini menunjukkan bahwa regulasi di Indonesia masih bersifat umum dan tersebar dalam berbagai instrumen hukum, sehingga memunculkan kekosongan norma serta lemahnya penegakan hukum. Sebaliknya, Amerika Serikat telah memiliki sistem yang lebih komprehensif dengan pedoman yang jelas dan tegas. Efektivitas perlindungan konsumen dipengaruhi oleh kejelasan regulasi, konsistensi penegakan hukum, serta tingkat literasi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi, penguatan pengawasan, dan peningkatan literasi digital guna mendorong transparansi dalam praktik pemasaran digital.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; Iklan Terselubung; Pemasaran Digital;