

ABSTRAK

Penyelenggara *Fintech Lending* sebagai pelaku usaha yang berorientasi pada keuntungan melakukan kegiatan periklanan untuk mempromosikan layanannya kepada masyarakat. Namun, penyebaran iklan *Fintech Lending* yang menyesatkan masih terjadi secara masif pada berbagai platform media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis tanggung jawab hukum penyedia platform media sosial terhadap penyebaran iklan *Fintech Lending* yang menyesatkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana terakhir diubah oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan untuk dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun telah terdapat kerangka pengaturan, pengawasan, dan sanksi, praktik periklanan yang menyesatkan masih dilakukan oleh penyelenggara legal maupun ilegal. Rezim hukum siber di Indonesia mengadopsi model pertanggungjawaban *safe harbour* yang memberikan perlindungan hukum kepada penyedia platform media sosial sepanjang memenuhi kewajiban yang ditetapkan peraturan perundang-undangan. Namun, belum terdapat pengaturan yang seragam mengenai standar minimum akurasi pemeriksaan konten dan kewajiban verifikasi legalitas entitas pengiklan, sehingga pengaturan tanggung jawab penyedia platform media sosial masih belum optimal.

Kata kunci: *Fintech Lending*; Iklan yang Menyesatkan; Tanggung Jawab Hukum