



Etika Desain Antarmuka: Praktik Manipulatif (*Dark Patterns*) pada Platform Digital

Jihaan Adzanishaafiya Anwar^{1*}, Evy Nurmiati²

¹⁻²Sistem Informasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

E-mail: jihaan.adzanishaafiya24@mhs.uinjkt.ac.id¹, evy.nurmiati@uinjkt.ac.id²

*Penulis Korespondensi: jihaan.adzanishaafiya24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstract. On contemporary digital platforms, user interface (UI) design plays a dual role: it eases how services are used while also nudging the way people act. Design choices that are deliberately built to deceive, pressure, or steer users toward options favoring providers rather than the users themselves are what scholars label dark patterns. This article frames such patterns as an ethical concern within interface design and interprets their consequences through the lens of professional ethics. Methodologically, it relies on a systematic literature review (SLR) spanning 20 peer-reviewed works released between 2021 and 2026, compiled from well-regarded databases as well as national journals and filtered using predefined inclusion and exclusion criteria. The evidence indicates that dark patterns are widespread, surfacing across most e-commerce, mobile, and social-media services, and typically taking the shape of forced action, obstruction, sneaking, urgency, and confirmshaming. Ethically, they conflict with the foundational values of the IT profession, namely respect for user autonomy, honesty, transparency, and the duty to prevent harm. The study argues that curbing dark patterns demands a blend of ethical design (bright patterns), responsive regulation, and stronger digital literacy, thereby reinforcing professional design ethics within Indonesia's digital ecosystem.

Keywords: Dark Patterns; Deceptive Design; Digital Ethics; User Interface; User Protection.

Abstrak. Di era digital, desain antarmuka pengguna (UI) tidak sekadar mempermudah pemakaian layanan, melainkan juga menjadi sarana untuk memengaruhi cara pengguna bertindak. Manakala komponen desain sengaja disusun untuk mengelabui, mendesak, atau menggiring pengguna pada pilihan yang menguntungkan penyedia sekaligus merugikan penggunanya, praktik semacam itu disebut *dark patterns*. Artikel ini memposisikan *dark patterns* sebagai isu etika dalam perancangan antarmuka digital dan menelaah dampaknya melalui sudut pandang etika profesi. Kajian dijalankan memakai pendekatan studi literatur sistematis (*systematic literature review*) atas 20 karya ilmiah yang terbit sepanjang 2021–2026, dihimpun dari basis data bereputasi maupun jurnal nasional, lalu ditapis berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Temuan memperlihatkan bahwa *dark patterns* tersebar luas dan menjangkau sebagian besar layanan *e-commerce*, *mobile*, serta media sosial, dengan wujud yang lazim berupa *forced action*, *obstruction*, *sneaking*, *urgency*, dan *confirmshaming*. Dari kacamata etika, praktik ini berbenturan dengan nilai-nilai dasar profesi teknologi informasi, yakni penghormatan atas otonomi pengguna, kejujuran, transparansi, dan kewajiban untuk tidak menimbulkan kerugian. Kajian ini menyimpulkan bahwa penanggulangan *dark patterns* menuntut perpaduan antara desain etis (*bright patterns*), regulasi yang responsif, serta penguatan literasi digital, sehingga turut memperkuat etika profesi perancang dalam ekosistem digital Indonesia.

Kata Kunci: Dark Patterns; Desain Antarmuka; Etika Digital; Manipulasi Pengguna; Perlindungan Konsumen.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah menjadikan platform *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi *mobile* sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Pertumbuhan pesat industri digital di Indonesia mendorong para penyedia layanan berlomba merancang antarmuka pengguna (*user interface/UI*) yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga mampu memengaruhi keputusan pengguna. Idealnya, desain antarmuka yang baik berpijak pada prinsip *user-centered design* dan evaluasi kegunaan (*usability*) yang menempatkan kepentingan serta kenyamanan pengguna sebagai prioritas utama (Nurmiati & Saputri, 2024).

Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, muncul praktik desain yang sengaja dirancang untuk menipu, menekan, atau memanipulasi pengguna demi keuntungan pelaku usaha. Praktik ini dikenal sebagai *dark patterns*, yaitu antarmuka yang secara sadar dirancang untuk mengeksploitasi bias kognitif pengguna sehingga mengambil tindakan yang sebenarnya tidak mereka inginkan (Gray et al., 2024; Mathur et al., 2021). Studi Krisam et al. (2021) terhadap 500 situs paling populer menemukan bahwa lebih dari 85% di antaranya merancang *cookie banner* untuk menggiring pengguna menerima seluruh *cookie*, sementara Gunawan et al. (2021) menemukan *dark patterns* hadir secara konsisten pada 105 layanan populer lintas platform *mobile* maupun web.

Fenomena ini menimbulkan persoalan etis yang serius, khususnya dalam ranah etika profesi bidang teknologi informasi. Perancang dan pengembang memikul tanggung jawab profesional untuk menjaga kepercayaan, otonomi, dan kepentingan pengguna. Ketika keahlian desain justru digunakan untuk memanipulasi, terjadi pelanggaran terhadap kode etik profesi serta prinsip perlindungan konsumen. Meskipun kajian mengenai *dark patterns* telah berkembang secara internasional, sintesis yang secara khusus menautkan fenomena ini dengan kerangka etika profesi, terutama dalam konteks Indonesia, masih terbatas.

Bertolak dari kesenjangan tersebut, kajian ini diarahkan pada tiga sasaran: (1) memetakan ragam *dark patterns* yang kerap dijumpai pada platform digital; (2) mengurai implikasi etis penerapannya menurut kerangka etika profesi; serta (3) menyusun langkah mitigasi yang mampu mendorong terwujudnya praktik desain yang etis.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Dark Patterns

Istilah *dark patterns* pertama kali diperkenalkan pada 2010 oleh perancang Harry Brignull guna menyebut muslihat antarmuka yang menuntun pengguna melakukan hal di luar niat awalnya; kini istilah tersebut mewadahi aneka praktik desain menyesatkan yang mendahulukan kepentingan bisnis ketimbang pengguna (Gray et al., 2024). Mathur et al. (2021) menegaskan bahwa suatu pola dikategorikan "gelap" bila memiliki atribut normatif tertentu, seperti bersifat menyesatkan, menutupi informasi, atau membatasi kebebasan memilih.

Taksonomi Dark Patterns

Sejumlah kajian yang merangkum beragam taksonomi menyusun *dark patterns* menjadi beberapa strategi pokok, antara lain *forced action*, *interface interference*, *nagging*, *sneaking*, dan *obstruction* (Gray et al., 2024). Ahuja dan Kumar (2022), melalui telaah 151 *dark patterns* dari 16 taksonomi, memetakan bagaimana tiap pola melanggar dimensi otonomi pengguna, sementara Mathur et al. (2021) menyoroti atribut seperti *urgency*, *scarcity*, *social proof*, *misdirection*, dan *hidden costs*.

Etika Profesi Teknologi Informasi

Profesi bidang TI berpegang pada kode etik yang menuntut integritas, kejujuran, serta tanggung jawab terhadap masyarakat. Prinsip "*avoid harm*" dan mengutamakan kepentingan publik menjadi landasan penting. Dalam konteks desain, hal ini berarti perancang wajib menghormati otonomi pengguna serta menyediakan informasi yang jujur dan transparan. Praktik *dark patterns* bertentangan langsung dengan prinsip-prinsip tersebut (Ahuja & Kumar, 2022). Dalam konteks Indonesia, Nurmiati dan Putra (2026) menegaskan bahwa integritas praktisi TI kerap diuji ketika muncul dilema antara peluang teknis dan batas etis-legal, persoalan yang juga tercermin dalam praktik perancangan antarmuka yang manipulatif.

Bias Kognitif dan Persuasive Design

Dark patterns bekerja dengan mengeksploitasi keterbatasan kognitif manusia, seperti *default bias*, *anchoring*, *loss aversion*, dan tekanan sosial. Kim et al. (2023) menunjukkan bahwa eksploitasi bias ini menurunkan persepsi keadilan dan sikap pengguna terhadap layanan, sehingga membedakannya dari *persuasive design* yang etis. Bongard-Blanchy et al. (2021) menemukan bahwa bahkan pengguna yang menyadari keberadaan *dark patterns* tetap terpengaruh olehnya..

Penelitian Terdahulu

Sejumlah studi menyoroti dampak *dark patterns* pada perilaku konsumen (Koh & Seah, 2023; Luguri & Strahilevitz, 2021), pada persetujuan privasi dan pengumpulan data melalui *cookie banner* (Berens et al., 2023; Krisam et al., 2021), serta konteks Indonesia dari sisi etika, hukum, dan perlindungan konsumen (Supriyanto & Hadi, 2025; Susipta, 2025; Sylviana et al., 2025). Namun, kajian yang mengintegrasikan temuan-temuan ini ke dalam kerangka etika profesi secara komprehensif masih jarang dilakukan.

3. METODE PENELITIAN

Kajian ini dijalankan dengan metode studi literatur sistematis (*Systematic Literature Review*/SLR) yang bercorak kualitatif deskriptif. Pilihan atas SLR dilandasi kemampuannya menata proses penelusuran, penilaian, hingga perangkuman bukti ilmiah secara sistematis sehingga prosedurnya dapat diulang oleh peneliti lain.

Pertanyaan Penelitian (*Research Question*)

Kajian ini diarahkan oleh tiga pertanyaan: (RQ1) Apa saja jenis *dark patterns* yang umum diterapkan pada platform digital? (RQ2) Bagaimana implikasi etis praktik *dark patterns* ditinjau dari etika profesi? (RQ3) Upaya mitigasi apa yang dapat mendorong praktik desain antarmuka yang etis?

Sumber Data dan Strategi Pencarian

Penelusuran literatur dilakukan melalui Google Scholar sebagai mesin pencari akademik yang mengindeks beragam jurnal dan prosiding ilmiah, baik terbitan internasional bereputasi maupun jurnal nasional (termasuk yang terindeks Garuda dan SINTA). Penelusuran memanfaatkan sejumlah kata kunci, yakni "*dark patterns*", "*deceptive design*", "*manipulative UI*", "*etika desain antarmuka*", dan "*praktik manipulatif*", termasuk kombinasi di antara kata kunci tersebut untuk memperluas cakupan hasil.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi: (1) artikel jurnal atau prosiding ilmiah; (2) terbit pada rentang 2021–2026 (maksimal lima tahun terakhir); (3) relevan dengan *dark patterns*, etika desain, atau perlindungan pengguna; (4) tersedia dalam teks penuh. Kriteria eksklusi: artikel populer non-ilmiah (blog, berita), tidak memiliki proses telaah sejawat, atau duplikasi.

Penilaian Kualitas Sumber

Artikel yang lolos kriteria inklusi selanjutnya dinilai kualitasnya untuk memastikan kelayakannya sebagai dasar sintesis. Penilaian mempertimbangkan empat aspek: (1) kejelasan tujuan dan pertanyaan penelitian; (2) ketepatan serta transparansi metode yang digunakan; (3) kontribusi temuan terhadap kajian *dark patterns*, etika desain, atau perlindungan pengguna; dan (4) kredibilitas sumber yang diukur dari reputasi jurnal atau prosiding serta ketersediaan proses telaah sejawat. Artikel yang tidak memenuhi aspek-aspek tersebut dikeluarkan dari analisis.

Proses Seleksi

Penyaringan artikel disusun mengacu pada kerangka PRISMA yang mencakup empat tahap. Pada tahap identifikasi, seluruh artikel hasil penelusuran dari tiap basis data dikumpulkan. Selanjutnya dilakukan penghapusan artikel yang terduplikasi, diikuti penapisan judul dan abstrak untuk menyisihkan artikel yang tidak relevan dengan fokus kajian. Artikel yang lolos kemudian dinilai kelayakannya melalui pembacaan teks penuh dengan mengacu pada kriteria inklusi, eksklusi, serta penilaian kualitas sumber. Tahapan tersebut menghasilkan 20 artikel yang ditetapkan sebagai basis analisis dan ditelaah lebih mendalam.

Ekstraksi dan Analisis Data

Tiap artikel diringkas ke dalam matriks sintesis yang mencatat penulis beserta tahunnya, metode, jenis *dark pattern*, temuan pokok, dan sudut pandang etisnya. Penelaahan ditempuh secara tematik, yakni memilah temuan menurut tema besar: taksonomi dan prevalensi, implikasi etis, dampak bagi pengguna, serta regulasi dan mitigasi. Ringkasan hasil ekstraksi atas ke-20 artikel tersaji pada matriks sintesis di Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu mengenai *Dark Patterns* dalam Perspektif Etika Digital.

Penulis (Tahun)	Metode/Pendekatan	Fokus dan Temuan Utama	Sudut Pandang Etis
Ahuja & Kumar (2022)	Telaah konseptual-normatif (151 pola dari 16 taksonomi)	Memetakan bagaimana setiap <i>dark pattern</i> melanggar dimensi otonomi pengguna.	Otonomi pengguna
Berens et al. (2023)	Analisis desain <i>cookie disclaimer</i>	<i>Dark patterns</i> dan rendahnya transparansi pada <i>cookie banner</i> .	Transparansi dan <i>informed consent</i>
Bongard-Blanchy et al. (2021)	Studi pengguna (survei dan eksperimen)	Pengguna tetap terpengaruh meskipun menyadari keberadaan <i>dark patterns</i> .	Otonomi dan batas kesadaran
Gray et al. (2024)	Pengembangan ontologi dan sintesis taksonomi	Menyusun kerangka definisi dan basis pengetahuan bersama mengenai <i>dark patterns</i> .	Landasan konseptual etika
Gray et al. (2021)	Kritik interaksi dan analisis hukum	<i>Consent banner</i> sering kali tidak memenuhi persyaratan persetujuan dalam GDPR.	Kepatuhan hukum dan transparansi
Gunawan et al. (2021)	Studi komparatif pada 105 layanan web dan mobile	<i>Dark patterns</i> ditemukan secara konsisten pada berbagai platform digital.	Prevalensi dan keadilan
Kim et al. (2023)	Studi empiris (eksperimen konsumen)	<i>Dark patterns</i> menurunkan persepsi keadilan serta sikap positif pengguna.	Kejujuran dan keadilan
Koh & Seah (2023)	Eksperimen empat <i>dark patterns</i> pada e-commerce	Memicu perilaku konsumsi yang tidak diinginkan pengguna.	<i>Non-maleficence</i>
Krisam et al. (2021)	Review terhadap 500 situs web di Jerman	Lebih dari 85% <i>cookie banner</i> mengarahkan pengguna untuk memberikan persetujuan penuh.	Transparansi dan <i>consent</i>
Lu et al. (2024)	Studi intervensi pemberdayaan pengguna	Pengguna memerlukan intervensi khusus untuk mengenali dan menghindari <i>dark patterns</i> .	Pemberdayaan dan otonomi

Penulis (Tahun)	Metode/Pendekatan	Fokus dan Temuan Utama	Sudut Pandang Etis
Luguri & Strahilevitz (2021)	Eksperimen skala besar dan analisis hukum	<i>Dark patterns</i> efektif memengaruhi keputusan pengguna, namun berpotensi merugikan sehingga memerlukan regulasi.	<i>Non-maleficence</i> dan hukum
Mathur et al. (2021)	Kerangka pengukuran atribut normatif	Mengembangkan atribut yang mendefinisikan suatu pola sebagai <i>dark pattern</i> .	Landasan normatif
Nurmiati & Putra (2026)	Analisis etika-legal (konteks Indonesia)	Mengkaji dilema integritas praktisi teknologi informasi dalam menghadapi regulasi digital.	Integritas profesi
Nurmiati & Saputri (2024)	Evaluasi <i>usability</i> (<i>System Usability Scale</i>)	Menegaskan pentingnya penerapan desain yang berpusat pada pengguna.	Prinsip <i>user-centered</i>
OECD (2022)	Laporan kebijakan	Menekankan urgensi kebijakan untuk mengatasi <i>dark commercial patterns</i> .	Perlindungan konsumen
Rossi et al. (2024)	Kajian transdisipliner kerentanan	Mengidentifikasi kelompok pengguna yang paling rentan terhadap <i>deceptive design</i> .	Keadilan dan perlindungan kelompok rentan
Supriyanto & Hadi (2025)	Analisis mitigasi (Indonesia)	Belum terdapat regulasi yang secara eksplisit mengatur <i>dark patterns</i> sehingga pengawasan masih bersifat reaktif.	Regulasi dan tanggung jawab
Susipta (2025)	Kajian etika <i>digital marketing</i>	Menjelaskan dampak <i>dark patterns</i> terhadap loyalitas konsumen.	Etika dan kepercayaan
Sylviana et al. (2025)	Analisis hukum (Indonesia)	Mengkaji keabsahan persetujuan dalam pemrosesan data pribadi.	Hukum dan perlindungan data
Zahrattunnisa et al. (2025)	Studi pengguna e-commerce (Indonesia)	Menganalisis bagaimana pengguna mengenali <i>dark patterns</i> pada platform e-commerce.	Kesadaran dan literasi digital

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis dan Prevalensi Dark Patterns (RQ1)

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa *dark patterns* memiliki beragam bentuk yang konsisten muncul lintas platform. Tabel 2 merangkum jenis-jenis utama beserta contohnya.

Tabel 2. Jenis-Jenis *Dark Pattern* pada Platform Digital.

Jenis <i>Dark Pattern</i>	Deskripsi	Contoh pada Platform Digital
<i>Forced Action</i>	Memaksa pengguna melakukan tindakan tambahan untuk menyelesaikan suatu proses.	Pengguna diwajibkan membuat akun atau berlangganan sebelum dapat mengakses konten.
<i>Obstruction</i>	Mempersulit pengguna untuk melakukan tindakan yang tidak menguntungkan bagi penyedia layanan.	Proses berhenti berlangganan dibuat panjang, rumit, dan sulit ditemukan.
<i>Sneaking</i>	Menyembunyikan atau menunda penyampaian informasi penting kepada pengguna.	Biaya tambahan atau biaya tersembunyi baru ditampilkan pada tahap pembayaran.
<i>Urgency & Scarcity</i>	Menciptakan tekanan melalui batas waktu atau kelangkaan yang bersifat semu.	Menampilkan penghitung mundur (<i>countdown timer</i>) atau pesan "stok tinggal sedikit" untuk mendorong pembelian.

Jenis <i>Dark Pattern</i>	Deskripsi	Contoh pada Platform Digital
<i>Confirmshaming</i>	Menggunakan bahasa yang membuat pengguna merasa bersalah atau malu ketika menolak suatu pilihan.	Opsi penolakan seperti "Tidak, saya tidak mau hemat" atau "Tidak, saya tidak peduli dengan penawaran".
<i>Misdirection</i>	Mengalihkan perhatian pengguna ke pilihan yang lebih menguntungkan penyedia layanan melalui desain antarmuka.	Tombol "Setuju" dibuat lebih besar dan mencolok, sedangkan tombol "Tolak" disamarkan atau diperkecil.

Prevalensi *dark patterns* tergolong tinggi. Studi komparatif Gunawan et al. (2021) terhadap 105 layanan populer menegaskan bahwa *dark patterns* muncul lintas modalitas, mulai dari aplikasi *mobile*, peramban *mobile*, hingga peramban web, meski wujudnya kerap berbeda antarplatform. Dalam konteks Indonesia, Zahratunnisa et al. (2025) menemukan bahwa pola-pola manipulatif ini lazim dijumpai pada antarmuka *e-commerce* lokal. Khusus pada persetujuan privasi, Krisam et al. (2021) melaporkan lebih dari 85% situs populer merancang *cookie banner* untuk menggiring pengguna menerima seluruh *cookie*, sementara Berens et al. (2023) menyoroti rendahnya transparansi pilihan yang ditawarkan kepada pengguna.

Implikasi Etis dari Perspektif Etika Profesi (RQ2)

Ditinjau dari etika profesi, praktik *dark patterns* dapat dinilai dengan kerangka kode etik yang berlaku di bidang teknologi informasi. *ACM Code of Ethics and Professional Conduct* menegaskan kewajiban untuk menghindari bahaya (*avoid harm*), bersikap jujur dan dapat dipercaya, serta menghormati privasi pengguna, sedangkan *Software Engineering Code of Ethics* (ACM/IEEE-CS) menempatkan kepentingan publik sebagai prioritas tertinggi. Bila ditakar dengan kerangka tersebut, praktik *dark patterns* melanggar beberapa prinsip fundamental:

- Pelanggaran otonomi pengguna. *Dark patterns* merampas kebebasan pengguna untuk mengambil keputusan yang terinformasi dan rasional (Ahuja & Kumar, 2022). Hal ini bertentangan dengan prinsip menghormati martabat dan kemandirian pengguna.
- Pelanggaran kejujuran dan transparansi. Penyembunyian informasi (*sneaking*) dan penyesatan (*misdirection*) bertentangan langsung dengan kewajiban profesional untuk bersikap jujur dan transparan (Berens et al., 2023).
- Pelanggaran prinsip "tidak merugikan" (*non-maleficence*). Praktik ini menimbulkan kerugian finansial, kehilangan waktu, serta erosi privasi (Luguri & Strahilevitz, 2021).
- Erosi kepercayaan dan tanggung jawab sosial. Dalam jangka panjang, *dark patterns* menurunkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga bertentangan dengan tanggung jawab profesi terhadap kepentingan publik.

Dengan demikian, keahlian desain yang seharusnya digunakan untuk memberdayakan pengguna justru dimanfaatkan untuk mengeksploitasi kelemahan kognitif mereka. Inilah inti persoalan etika profesi dalam fenomena *dark patterns*.

Dampak Terhadap Pengguna

Studi eksperimental menunjukkan bahwa *dark patterns* efektif meningkatkan konversi dan pembelian impulsif, tetapi merugikan pengguna (Koh & Seah, 2023). Kelompok rentan, termasuk pengguna lanjut usia dan mereka dengan literasi digital rendah, lebih mudah terpengaruh (Rossi et al., 2024). Studi kualitatif Zahratunnisa et al. (2025) menemukan bahwa pengguna umumnya hanya memiliki kesadaran terbatas terhadap pola-pola ini dan cenderung menormalisasinya karena ketergantungan pada layanan, sementara Lu et al. (2024) menegaskan bahwa pengguna memerlukan intervensi pemberdayaan khusus agar mampu mengenali dan melawannya. Yang mengkhawatirkan, Bongard-Blanchy et al. (2021) membuktikan bahwa kesadaran akan keberadaan *dark patterns* tidak sepenuhnya melindungi pengguna dari pengaruhnya.

Regulasi dan Upaya Mitigasi (RQ3)

Upaya mitigasi *dark patterns* menuntut pendekatan multi-lapis:

- a. Regulasi. Kerangka seperti GDPR dan *Digital Services Act* (DSA) di Uni Eropa telah secara eksplisit menargetkan praktik ini (Gray et al., 2021). Di Indonesia, sejumlah instrumen hukum relevan untuk menjerat praktik *dark patterns*, antara lain Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi yang mensyaratkan persetujuan yang sah dan spesifik dalam pemrosesan data pribadi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang melarang pelaku usaha menyesatkan konsumen melalui informasi yang tidak benar, serta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur larangan informasi menyesatkan dalam transaksi elektronik. Kendati demikian, penegakannya masih perlu diperkuat karena belum ada aturan yang secara khusus menyebut *dark patterns*, sehingga pengawasan cenderung bersifat reaktif (Supriyanto & Hadi, 2025; Sylviana et al., 2025). Laporan OECD (2022) juga menekankan urgensi kebijakan terhadap *dark commercial patterns*.
- b. Desain etis (*bright patterns*). Sebagai antitesis, *bright patterns* menekankan transparansi, kejujuran, dan penghormatan terhadap otonomi pengguna.
- c. Kode etik dan pendidikan profesi. Penguatan kode etik serta integrasi etika desain dalam pendidikan calon perancang menjadi kunci pencegahan jangka panjang.

- d. Peningkatan literasi digital. Edukasi pengguna untuk mengenali pola manipulatif dapat mengurangi kerentanan, meskipun tidak dapat menjadi solusi tunggal.

Dalam konteks industri digital Indonesia, penerapan desain etis masih menghadapi tantangan karena tekanan pertumbuhan bisnis dan target konversi kerap mendorong pemakaian pola manipulatif pada layanan *e-commerce* maupun *financial technology* lokal. Karena itu, penerapan *bright patterns* perlu ditopang komitmen perusahaan, misalnya melalui pedoman desain internal, audit etika antarmuka secara berkala, serta penerapan prinsip *ethics by design* sejak tahap awal perancangan produk. Peran asosiasi profesi dan institusi pendidikan tinggi juga penting untuk menanamkan kesadaran etika sejak dini bagi calon perancang di Indonesia (Nurmiati & Putra, 2026)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kajian ini menyimpulkan bahwa *dark patterns* merupakan praktik desain antarmuka yang bersifat masif pada platform digital dan mewujud dalam beragam bentuk seperti *forced action*, *obstruction*, *sneaking*, *urgency*, *confirmshaming*, dan *misdirection*. Ditinjau dari etika profesi, praktik ini melanggar prinsip otonomi pengguna, kejujuran, transparansi, serta kewajiban untuk tidak merugikan, sehingga bertentangan dengan tanggung jawab profesional perancang dan pengembang. Praktik ini terbukti merugikan pengguna, termasuk kelompok rentan, bahkan ketika mereka telah menyadari keberadaannya. Oleh karena itu, mitigasi *dark patterns* memerlukan kombinasi regulasi yang adaptif, penerapan desain etis (*bright patterns*), penguatan kode etik profesi, serta peningkatan literasi digital masyarakat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya bersandar pada studi literatur tanpa data empiris primer. Penelitian selanjutnya disarankan melakukan studi empiris terhadap penerapan *dark patterns* pada platform digital di Indonesia, serta mengembangkan pedoman etika desain yang kontekstual bagi para praktisi lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Ahuja, S., & Kumar, J. (2022). Conceptualizations of user autonomy within the normative evaluation of dark patterns. *Ethics and Information Technology*, 24(4), Article 52. <https://doi.org/10.1007/s10676-022-09672-9>
- Berens, B. M., Bohlender, M., Dietmann, H., Krisam, C., Kulyk, O., & Volkamer, M. (2023). Cookie disclaimers: Dark patterns and lack of transparency. *Computers & Security*, 136, Article 103507. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2023.103507>
- Bongard-Blanchy, K., Rossi, A., Rivas, S., Doublet, S., Koenig, V., & Lenzini, G. (2021). "I am definitely manipulated, even when I am aware of it. It's ridiculous!": Dark patterns

- from the end-user perspective. In *Proceedings of the 2021 ACM Designing Interactive Systems Conference (DIS '21)* (pp. 763–776). <https://doi.org/10.1145/3461778.3462086>
- Gray, C. M., Bielova, N., Santos, C., & Mildner, T. (2024). An ontology of dark patterns knowledge: Foundations, definitions, and a pathway for shared knowledge-building. In *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '24)* (pp. 1–22). <https://doi.org/10.1145/3613904.3642436>
- Gray, C. M., Santos, C., Bielova, N., Toth, M., & Clifford, D. (2021). Dark patterns and the legal requirements of consent banners: An interaction criticism perspective. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '21)* (pp. 1–18). <https://doi.org/10.1145/3411764.3445779>
- Gunawan, J., Pradeep, A., Choffnes, D., Hartzog, W., & Wilson, C. (2021). A comparative study of dark patterns across web and mobile modalities. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–29. <https://doi.org/10.1145/3479521>
- Kim, K., Kim, W. G., & Lee, M. (2023). Impact of dark patterns on consumers' perceived fairness and attitude: Moderating effects of types of dark patterns, social proof, and moral identity. *Tourism Management*, 98, Article 104763. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104763>
- Koh, W. C., & Seah, Y. Z. (2023). Unintended consumption: The effects of four e-commerce dark patterns. *Cleaner and Responsible Consumption*, 9, Article 100145. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100145>
- Krisam, C., Dietmann, H., Volkamer, M., & Kulyk, O. (2021). Dark patterns in the wild: Review of cookie disclaimer designs on the Top 500 German websites. In *Proceedings of the 2021 European Symposium on Usable Security (EuroUSEC '21)* (pp. 1–8). <https://doi.org/10.1145/3481357.3481516>
- Lu, Y., Zhang, C., Yang, Y., Yao, Y., & Li, T. J.-J. (2024). From awareness to action: Exploring end-user empowerment interventions for dark patterns in UX. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8(CSCW1). <https://doi.org/10.1145/3637336>
- Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a light on dark patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43–109. <https://doi.org/10.1093/jla/laaa006>
- Mathur, A., Kshirsagar, M., & Mayer, J. (2021). What makes a dark pattern... dark? Design attributes, normative considerations, and measurement methods. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '21)* (pp. 1–18). <https://doi.org/10.1145/3411764.3445610>
- Nurmiati, E., & Putra, L. H. (2026). Dilema etika dan legalitas *web scraping*: Analisis integritas praktisi TI berdasarkan regulasi digital Indonesia. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 542–550. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v5i2.7120>
- Nurmiati, E., & Saputri, E. (2024). Penerapan *usability* pada aplikasi C-Access KAI Commuter menggunakan metode *System Usability Scale*. *Jurnal Perangkat Lunak*, 6(2), 275–286. <https://doi.org/10.32520/jupel.v6i2.3293>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *Dark commercial patterns* (OECD Digital Economy Papers No. 336). <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en>
- Rossi, A., Carli, R., Botes, M. W., Fernandez, A., Sergeeva, A., & Sánchez Chamorro, L. (2024). Who is vulnerable to deceptive design patterns? A transdisciplinary perspective

- on the multi-dimensional nature of digital vulnerability. *Computer Law & Security Review*, 55, Article 106031. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2024.106031>
- Supriyanto, & Hadi, M. N. (2025). Analisis mitigasi *dark pattern* pada *e-commerce* di Indonesia. *Trade Policy Journal*, 4(1). <https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/TPJ/article/view/1093>
- Susipta, I. N. (2025). *Dark patterns* dalam *digital marketing*: Etika dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1). <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.324>
- Sylviana, G., Maharani, D. P., & Wibowo, A. M. (2025). Keabsahan praktik *dark patterns* terhadap pemerolehan persetujuan pemrosesan data pribadi di Indonesia. *RechtJiva*, 2(1), 66–85. <https://doi.org/10.21776/rechtjiva.v2n1.1>
- Zahratunnisa, H. S., Eitiveni, I., Purwandari, B., & Purwaningsih, E. H. (2025). How people recognize *dark pattern* in *e-commerce*? *Jurnal Sistem Informasi*, 21(1), 82–97. <https://doi.org/10.21609/jsi.v21i1.1479>