

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *AFFILIATOR* TERHADAP VIDEO
PEMASARAN PRODUK YANG DIGUNAKAN PIHAK LAIN TANPA IZIN
DALAM *PLATFORM TIKTOK* PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG HAK**

CIPTA

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H.)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

Zanuba Feby Kharisma

NIM : 204102020065

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
OKTOBER 2024**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *AFFILIATOR* TERHADAP VIDEO
PEMASARAN PRODUK YANG DIGUNAKAN PIHAK LAIN TANPA IZIN
DALAM *PLATFORM* TIKTOK PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG HAK**

CIPTA

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H.)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI **Achmad Siddiq**
Jember
Oleh:
Zanuba Feby Kharisma
NIM : 204102020065

Disetujui Pembimbing,



Moh. Syifa'ul Hasan, S.E.I., M.S.I.
NIP. 199008172023211041

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI AFFILIATOR TERHADAP VIDEO PEMASARAN PRODUK YANG DIGUNAKAN PIHAK LAIN TANPA IZIN DALAM PLATFORM TIKTOK PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG HAK CIPTA

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Hukum Ekonomi Syariah

Hari : Senin
Tanggal : 30 Desember 2024

Tim Penguji

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIBIDIQ
EMBER

Ketua


Sekretaris

Achmad Hasan Basri, M.H.
NIP. 198804132019031008

Mohamad Ikrom, S.H.I., M.Si.
NIP. 19850613 2023211018

Anggota:

1. Dr. Martoyo, S.H.I, M.H.
2. Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.S.I.

()
()

Menyetujui,
Dekan Fakultas Syariah

Dr. Widadati Hafni S.H.I., M.A.
NIP. 199111072018011004

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹ (Q.S. An-Nisa [4]: 29).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

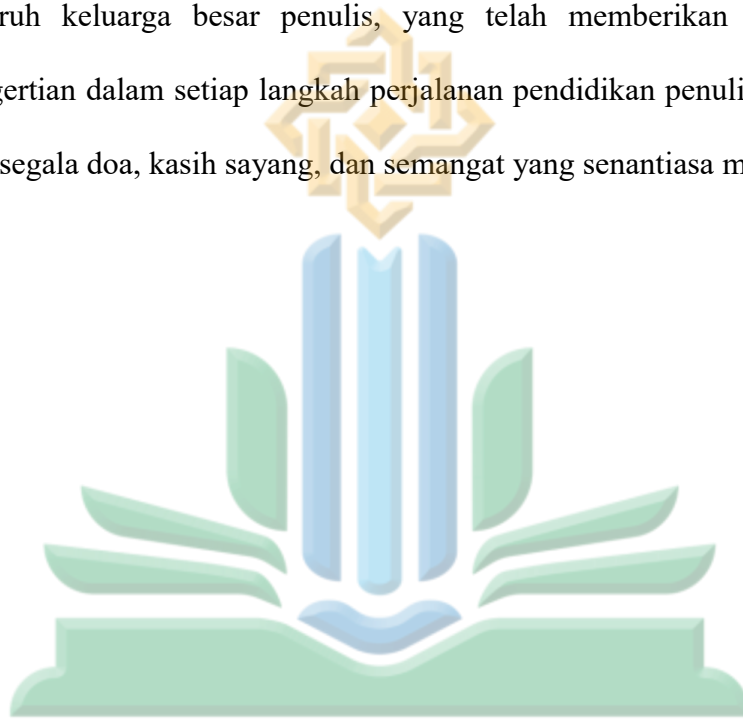
¹ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, *“Al Qur'an Dan Terjemahan”*, (Surabaya: Mahkota), 122.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada hamba-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perjalanan akademik ini dengan penuh kesyukuran. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis persembahkan laporan skripsi ini kepada:

1. Bapak Daryanto dan Ibu Ulfa, sebagai kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan doa yang tak terhingga dalam setiap langkah penulis meniti perjalanan hidup dan pendidikan, menjadi pilar kokoh yang menginspirasi serta memberikan kekuatan dalam menghadapi segala cobaan dan tantangan.
2. Baby Hara Hara, SH., sebagai bibi penulis, yang telah memberikan motivasi, arahan, dan bimbingan yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah berkenan berbagi pengetahuan seputar dunia perkuliahan sehingga penulis dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang penyusunan tugas akhir.
3. Singgih Arifianto, SH., sebagai paklik penulis, yang telah memberikan inspirasi dan nasihat bijak selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah berkenan mendampingi penulis dalam melalui setiap langkah penelitian dan membantu mengatasi setiap tantangan yang muncul selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi.

4. Seluruh keluarga besar penulis, yang telah memberikan dukungan dan pengertian dalam setiap langkah perjalanan pendidikan penulis. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dan semangat yang senantiasa mengiringi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah kepada hamba-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Di sini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis percaya bahwa tanpa bantuan dan dukungan tersebut, penyelesaian skripsi ini akan sulit dilakukan. Untuk itu, izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan di kampus ini.
2. Bapak Dr. Wildani Hefni, S.H.I., M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah, yang telah memfasilitasi lingkungan belajar yang kondusif bagi pengembangan pengetahuan dan keterampilan.
3. Ibu Dr. Busriyanti, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, yang telah memberikan kontribusinya dalam proses pengurusan berkas perjalanan skripsi ini.

- 
4. Bapak Achmad Hasan Basri, M.H., selaku Sekretaris Jurusan Hukum Islam, yang telah memberikan kontribusinya dalam berbagai aspek administrasi dan akademik yang diperlukan.
 5. Bapak Freddy Hidayat, S.H., M.H., selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, yang telah memberikan dorongan semangat dalam menempuh pendidikan pada program studi Hukum Ekonomi Syariah.
 6. Bapak Moh Ali Syaifudin Zuhri, S.E.I., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan arahan yang berharga dan dukungan yang tiada henti selama perjalanan studi penulis.
 7. Bapak Moh. Syifa'ul Hisan, S.E.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dorongan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih pula atas kesabaran, pemahaman, dan dedikasi yang diberikan dalam membimbing penulis menuju penyelesaian skripsi ini dengan baik.
 8. Seluruh dosen dan staf pada Fakultas Syariah, yang telah memberikan dedikasi dan komitmen yang luar biasa dalam memberikan pendidikan berkualitas dan layanan terbaik kepada mahasiswa.
 9. Teman-teman seperjuangan di kampus UIN KHAS Jember, khususnya pada prodi HES 3 angkatan 2020, yang telah menjadi sumber inspirasi, sahabat setia, serta pendukung tak tergantikan dalam setiap perjuangan dan pencapaian selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis membutuhkan saran dan masukan untuk membangun kesempurnaan skripsi ini. Harapannya, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi generasi mendatang, terutama dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah.

Jember, 23 November 2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Zanuba Feby Kharisma, 2024: *Perlindungan Hukum Bagi Affiliator Terhadap Video Pemasaran Produk Yang Digunakan Pihak Lain Tanpa Izin Dalam Platform TikTok Perspektif Undang-Undang Hak Cipta*

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Affiliator, Video Pemasaran Produk, TikTok, Undang-Undang Hak Cipta.*

Penelitian ini membahas praktik pelanggaran hak cipta di ekosistem TikTok, di mana para *affiliate* menghadapi tantangan terkait penggunaan ulang konten video promosi secara ilegal. Meskipun terdapat perlindungan melalui Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, regulasi yang ada belum cukup efektif mencegah penggunaan konten milik kreator tanpa izin. Permasalahan ini kemudian diajukan melalui mekanisme hukum untuk memperoleh perlindungan hak kekayaan intelektual di *platform* digital, dengan mempertimbangkan hak cipta dan kepentingan kreator konten.

Fokus penelitian pada skripsi ini adalah: 1) Bagaimana sistem *Affiliate Marketing* dalam tiktok? 2) Bagaimana akibat hukum bagi pihak yang menggunakan video pemasaran produk tanpa izin dari *affiliate* dalam *platform Tiktok shop*? 3) Bagaimana perlindungan hukum bagi *affiliate* terhadap video pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin dalam *platform Tiktok shop* perspektif Undang-Undang Hak Cipta?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan sistem *Affiliate Marketing* dalam TikTok 2) Untuk mendeskripsikan akibat hukum bagi pihak yang menggunakan video pemasaran produk tanpa izin dari *affiliate* dalam *platform* TikTok. 3) Untuk mendeskripsikan perlindungan hukum bagi *affiliate* terhadap penggunaan video pemasaran produk oleh pihak lain tanpa izin dalam *platform* TikTok perspektif Undang-Undang Hak Cipta.

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Dengan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan, kasus dan konseptual. Sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah studi kepustakaan. Kemudian teknik analisis yang digunakan adalah analisis normatif.

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa: 1) Sistem *Affiliate Marketing* dalam TikTok merupakan perjanjian kerja sama komersial yang mengikat secara hukum antara merchant dan mitra afiliasi sesuai Pasal 1313 dan 1338 KUHP. 2) Akibat hukum penggunaan video tanpa izin diatur dalam Pasal 113 ayat (3) UU Hak Cipta dengan sanksi pidana maksimal 4 tahun dan/atau denda Rp1 miliar, serta Pasal 45 Ayat 3 UU ITE dengan ancaman penjara hingga 6 tahun. 3) Perlindungan hukum bagi *affiliate* diatur dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta melalui perlindungan preventif (pendaftaran DJKI dan watermark) dan represif (litigasi/non-litigasi), yang sejalan dengan Fatwa MUI No. 1/MUNAS/VII/MUI/15/2005 dalam melindungi hak cipta sebagai huquq maliyyah.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	10
E. Definisi Istilah.....	11
1. Perlindungan Hukum.....	11
2. <i>Affiliator</i>	12
3. Video Pemasaran Produk.....	12
4. TikTok.....	12
5. Undang-Undang Hak Cipta.....	13

BAB II	KAJIAN PUSTAKA.....	14
	A. Penelitian Terdahulu.....	14
	B. Kajian Teori.....	21
	1. Teori perlindungan hukum	21
	2. Tinjauan umum tentang hak kekayaan intelektual.....	23
	A. Pengertian hak kekayaan intelektual.....	23
	B. Peran dan fungsi hak kekayaan intelektual	27
	3. Tinjauan Umum Hak Cipta	33
	A. Pengertian hak cipta	33
	B. Pengertian pencipta dan pemegang hak cipta	35
	C. Pengertian ciptaan	37
	D. Ruang lingkup hak cipta	38
	E. Jangka waktu perlindungan hak cipta	39
BAB III	METODE PENELITIAN	41
	A. Jenis penelitian	41
	B. Pendekatan penelitian.....	42
	C. Sumber bahan.....	43
	D. Teknik pengumpulan bahan	44
	E. Analisis bahan	44
	F. Keabsahan bahan.....	45
	G. Tahap-tahap penelitian	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
	A. Sistem <i>Affiliate Marketing</i> Dalam TikTok	48

1. Pengertian TikTok	48
2. <i>Affiliate Marketing</i> Dalam Platform TikTok.....	51
3. <i>Affiliate Marketing</i> perspektif Hukum Perdata	54
B. Akibat Hukum Bagi Pihak Yang Menggunakan Video Pemasaran Produk Tanpa Izin Dari <i>Affiliator</i> Dalam <i>Platform TikTok</i>	57
1. Perspektif Undang-Undang Hak Cipta	65
2. Perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).....	72
3. Perspektif Peraturan Pemerintah Penyelenggara Sistem Elektronik (PP PSE).....	75
4. Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).....	84
C. Perlindungan Hukum Bagi <i>Affiliator</i> Terhadap Penggunaan Video Pemasaran Produk Oleh Pihak Lain Tanpa Izin Dalam <i>Platform Tiktok shop</i> Perspektif Undang- Undang Hak Cipta.....	93
1. Perlindungan Hukum Preventif.....	105
2. Perlindungan Hukum Represif.....	110
BAB V PENUTUP	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian Terdahulu 18



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan kemajuan zaman, gaya hidup masyarakat semakin cenderung serba instan, terutama karena mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari. Maraknya pelanggaran hak cipta dalam konten pemasaran digital telah menciptakan keresahan di kalangan para *affiliator Tiktok shop*. Para *affiliator* menghabiskan waktu, biaya, dan keahlian untuk menghasilkan video promosi yang berkualitas, namun karya mereka dengan mudah dicuri dan digunakan untuk kepentingan komersial oleh pihak lain.²

Dalam Pasal 28C ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa: "Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia." Lebih lanjut, Pasal 28H ayat (4) menegaskan bahwa: "Setiap orang berhak mempunyai hak milik pribadi dan hak milik tersebut tidak boleh diambil alih secara sewenang-wenang oleh siapa pun."

² Oriza Sekar Arum, "Problematika dalam Perlindungan Hak Cipta atas Foto Produk Digital pada Media Sosial Instagram", *Jurnal Privat Law*, Vol. 9 No. 2 (2021), 272.

Kedua pasal tersebut menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak untuk mengembangkan diri melalui ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, serta memiliki hak atas kepemilikan pribadi yang tidak boleh diambil secara sewenang-wenang. Dalam konteks *platform* TikTok, hal ini secara langsung berkaitan dengan perlindungan hak para *affiliator* yang membuat konten video promosi. Ketika sebuah video diambil dan digunakan tanpa izin, hal tersebut tidak hanya melanggar hak cipta, tetapi juga melanggar hak konstitusional individu untuk mendapatkan manfaat dari karyanya sendiri.

. Kemajuan teknologi di bidang promosi produk juga mengalami lompatan besar, di mana berbagai bentuk iklan yang sebelumnya menggunakan media konvensional seperti surat kabar, majalah, dan katalog kini mulai beralih ke periklanan online melalui media sosial dan situs *E-commerce*. *E-commerce* (*electronic commerce*) adalah proses yang memanfaatkan teknologi berbasis situs internet untuk memfasilitasi perdagangan. *E-commerce* memungkinkan implementasi dan penggunaan proses bisnis baru secara elektronik. Hal ini mencakup pelaksanaan bisnis yang melibatkan hubungan antar perusahaan secara elektronik.³ Transaksi jual beli melalui *E-commerce* diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

E-commerce memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam proses transaksi antara penjual dan konsumen melalui internet. Penjual diwakili oleh

³ Muhammad Yusuf, "Pengaruh *Electronic Commerce* (*E-Commerce*) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara", *Jurnal Akuntansi STEI* Vol.7, No.1, (2022), 20.

sistem berbasis jaringan komputer yang terhubung melalui media sosial dan melayani pembeli secara online. Dalam melakukan transaksi, pembeli berinteraksi dan berkomunikasi dengan sistem yang bertindak atas nama penjual. Selain itu, perkembangan *E-commerce* yang semakin pesat membuatnya dikenal dengan berbagai istilah seperti *Cyberstore*, *Visual Store*, *Digital Market*, *Electronic Mall*, *Online Shop*, dan lain-lain.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik *E-commerce* tahun 2023, tren pengguna *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus meningkat setiap tahun dan diperkirakan akan mencapai 189,6 juta pada tahun 2024. Sejak tahun 2017, jumlah pengguna tercatat sebanyak 70,8 juta. Pada tahun 2018, jumlah tersebut naik menjadi 87,5 juta, kemudian meningkat menjadi 112,1 juta pada tahun 2019. Pada tahun 2020, jumlah pengguna bertambah lagi menjadi 129,9 juta, dan terus meningkat pada tahun 2021 menjadi 148,5 juta. Pada tahun 2022, angkanya melonjak menjadi 166,1 juta, lalu mencapai 180,6 juta pada tahun 2023, dan hingga saat ini, di tahun 2024, jumlah pengguna mencapai 189,6 juta.⁴

Maraknya transaksi *e-commerce* dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka melalui *platform* media sosial dan marketplace seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Tiktok shop*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *Bukalapak*, dan lainnya. Proses transaksi yang

⁴ Oki Lestari, Purwatiningsih, Ratih Setyo Rini, "Analisis Pengukuran Kepuasan Konsumen dengan Pendekatan Customer Satisfaction Indeks Pada E-Commerce di Jakarta", *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi* Vol. 2, No. (Juli 2024), 2.

ditawarkan sangat sederhana tanpa perlu mengunjungi toko fisik, sehingga lebih efisien waktu dan memberikan keuntungan yang lebih tinggi.⁵

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat cepat, didukung oleh kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh berbagai *platform e-commerce* yang ada. Hal ini membuat semakin banyak pengguna internet merasa nyaman bertransaksi secara online melalui *e-commerce*. Salah satu *platform e-commerce* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah *Tiktok shop*. *Tiktok shop* telah meluncur di Indonesia sejak 2021 dan telah menjadi salah satu pemain *e-commerce* yang diperhitungkan. Dengan lebih dari 99,1 juta pengguna TikTok di Indonesia di tahun 2023, potensi pasar *Tiktok shop* sangatlah besar.⁶

TikTok secara khusus populer di kalangan remaja dan generasi muda sebagai komunitas untuk berbagi konten video kreatif. Dengan lebih dari 300 juta unduhan pada tahun 2019 dan lebih dari 400 juta unduhan pada tahun 2020, TikTok menjadi salah satu aplikasi paling populer dan paling banyak diunduh di seluruh dunia, baik melalui *platform* Android maupun Apple Store.⁷

Platform ini menawarkan potensi pasar yang sangat besar. *Tiktok shop* mengenalkan model bisnis *Affiliate Marketing* yang inovatif, di mana para

⁵ Oki Lestari, Purwatiningsih, Ratih Setyo Rini, “Analisis Pengukuran Kepuasan Konsumen dengan Pendekatan Customer Satisfaction Indeks Pada E-Commerce di Jakarta”, *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi* Vol. 2, No. (Juli 2024), 3.

⁶ Sulastrri H., Liyana N. F., “Peran Akun Tiktok Sebagai Sarana Penyuluhan Pajak Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Pajak Pelaku Umkm”, *Jurnal Pajak Indonesia* Vol.7, No. 2, (2023), 97.

⁷ Sulastrri H., Liyana N. F., “Peran Akun Tiktok Sebagai Sarana Penyuluhan Pajak Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Pajak Pelaku Umkm”, *Jurnal Pajak Indonesia* Vol.7, No. 2, (2023), 48.

affiliator berperan sebagai promotor produk melalui konten video kreatif dan mendapatkan komisi dari setiap pembelian yang dilakukan melalui tautan "keranjang kuning" yang mereka sertakan dalam konten video mereka.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁸ Perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini memastikan hak para pencipta atas karya mereka tetap terjaga. Pemanfaatan karya sinematografi atau ciptaan lainnya yang diunggah oleh pihak lain untuk tujuan komersial tanpa izin pencipta telah diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta Pasal 9 ayat (3), undang-undang tersebut dengan tegas melarang reproduksi atau penggunaan suatu karya cipta, termasuk karya sinematografi, untuk kepentingan komersial tanpa izin dari pencipta atau pemilik hak cipta.

“Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.”⁹ . Ketentuan ini jug ditegaskan dalam Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang mengatur bahwa karya-karya yang dilindungi oleh hak cipta termasuk karya sinematografi. Selain itu, Pasal 40 ayat (3) juga memberikan perlindungan terhadap ciptaan

⁸ Sekretariat Negara Republik Indonesia , Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 1 angka 1.

⁹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 9 ayat 3.

yang telah diwujudkan dalam bentuk nyata, baik yang sudah atau belum diumumkan, sehingga memungkinkan perlindungan terhadap karya tersebut. Berdasarkan pasal 59 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta ayat (1), Pelindungan Hak Cipta atas Ciptaan untuk karya-karya yang dilindungi termasuk karya sinematografi berlaku selama 50 tahun sejak pertama kali ciptaan tersebut diumumkan.¹⁰

Berdasarkan sanksi hukumnya, pelanggaran terhadap karya video juga dapat dikaitkan dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hal ini dikarenakan UU ITE mengatur secara umum tentang informasi serta transaksi elektronik yang dilakukan di media digital, termasuk media sosial. Terdapat beberapa Pasal dalam UU ITE yang mengatur terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual, seperti Pasal 25, Pasal 32, dan Pasal 36.

Dalam Pasal 25 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, dijelaskan bahwa:¹¹

"Setiap informasi yang dilakukan melalui media sosial harus mempunyai persetujuan dari orang yang bersangkutan."

"Jika terjadi pelanggaran sehingga menimbulkan kerugian, maka orang yang dilanggar haknya tersebut dapat mengajukan suatu gugatan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku."

¹⁰ Ipindo, available at: <https://www.ipindo.com/masa-berlaku-pelindungan-hak-cipta>. (Diakses 11 september 2024 , pukul 19:48).

¹¹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 25.

Dalam penelitian ini, penulis menemukan kasus nyata pelanggaran hak kekayaan intelektual pada karya sinematografi yang melibatkan seorang *affiliator* bernama @hodi*****ta. Pemilik akun tersebut adalah seorang *affiliator* yang gemar membuat karya sinematografi untuk mempromosikan berbagai produk. Dengan karya videonya, *affiliator* ini menarik perhatian pembeli, yang kemudian bisa membeli produk melalui fitur "keranjang kuning" di konten video yang ia tautkan. Ketika pengguna mengklik "keranjang kuning" dan melakukan pembelian, *affiliator* seperti @hodi*****ta mendapatkan komisi dari setiap transaksi yang dilakukan melalui *Tiktok shop*. Namun, pelanggaran hak cipta dapat terjadi jika video yang ia buat digunakan tanpa izin oleh pihak lain untuk tujuan komersial, sehingga mengakibatkan kerugian bagi *affiliator* @hodi*****ta yang seharusnya menerima keuntungan dari hasil karyanya.¹²

Proses pembuatan konten video promosi sendiri membutuhkan investasi yang tidak sedikit. *Affiliator* harus mengeluarkan biaya untuk peralatan produksi seperti kamera profesional, lighting, dan properti pendukung. Selain itu, diperlukan keahlian khusus dalam bidang fotografi dan sinematografi, serta waktu yang tidak sedikit untuk proses syuting hingga editing. Kerugian yang ditimbulkan dari pelanggaran hak cipta ini bukan hanya dari sisi finansial langsung berupa hilangnya potensi komisi, tetapi juga mencakup devaluasi nilai karya kreatif dan potensi penurunan kepercayaan konsumen.

¹² @hodi*****ta, "why", TikTok, available at : <https://www.tiktok.com/@hodiucchata/video/7260907887529037061>, (Diakses 13 september 2024, pukul 22:43).

Video promosi produk yang kreatif dan memiliki ciri khas tersendiri merupakan aspek penting bagi seorang *affiliate* sebelum mempromosikan produknya di media sosial. Video yang menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk melalui fitur keranjang kuning yang telah ditautkan. Namun, pelanggaran hak cipta terjadi ketika karya sinematografi, yang dibuat dengan kamera profesional serta melibatkan usaha dan ide orisinal, digunakan tanpa izin oleh pihak lain. Sebagai pencipta dan pemilik hak atas karya sinematografi, *affiliate* berhak mengklaim kepemilikan atas videonya. Jika pencipta merasa bahwa karya videonya dipergunakan, dipublikasikan, atau diperbanyak tanpa izin, dan tanpa mencantumkan nama asli sebagai pencipta, hal ini merupakan pelanggaran hak cipta. Dalam kasus seperti ini, pencipta atau pemilik karya sinematografi berhak mengajukan gugatan terhadap pihak yang telah melanggar haknya untuk menuntut ganti rugi atau tindakan hukum lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud meneliti dan menyusun skripsi yang berjudul: “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *AFFILIATOR* TERHADAP VIDEO PEMASARAN PRODUK YANG DIGUNAKAN PIHAK LAIN TANPA IZIN DALAM *PLATFORM* TIKTOK PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG HAK CIPTA”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Sistem *Affiliate Marketing* Dalam TikTok?
2. Bagaimana akibat hukum bagi pihak yang menggunakan video pemasaran produk tanpa izin dari *affiliator* dalam *platform* TikTok?
3. Bagaimana perlindungan hukum bagi *affiliator* terhadap video pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin dalam *platform* TikTok perspektif Undang-Undang Hak Cipta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan sistem *Affiliate Marketing* dalam TikTok.
2. Untuk mendeskripsikan akibat hukum bagi pihak yang menggunakan video pemasaran produk tanpa izin dari *affiliator* dalam *platform* TikTok.
3. Untuk mendeskripsikan perlindungan hukum bagi *affiliator* terhadap penggunaan video pemasaran produk oleh pihak lain tanpa izin dalam *platform* TikTok perspektif Undang-Undang Hak Cipta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dalam bidang akademik, khususnya mengenai hak cipta video promosi produk. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan untuk memahami perlindungan hukum bagi *affiliator* terhadap

penggunaan video pemasaran produk oleh pihak lain tanpa izin dalam *platform* TikTok.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis bagi *affiliator* untuk melindungi hak cipta video pemasaran produk mereka yang digunakan tanpa izin di *platform* TikTok, termasuk langkah-langkah preventif seperti mencantumkan klaim hak cipta secara eksplisit dan tindakan hukum yang dapat diambil ketika hak cipta mereka dilanggar. Penelitian ini juga berpotensi membantu pembuat kebijakan dengan mengidentifikasi celah atau kebutuhan dalam regulasi hak cipta yang relevan dengan konten digital di *platform* TikTok. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran di kalangan *affiliator* tentang pentingnya perlindungan hak cipta dan cara-cara efektif melindungi karya mereka dari pelanggaran.

b. Bagi Instansi/Universitas

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi universitas, terutama dalam memperkaya kajian akademik terkait perlindungan hukum atas hak cipta di era digital. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam pembelajaran hukum kekayaan intelektual dan *e-commerce*, serta sebagai landasan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi mahasiswa dan dosen dalam memahami

dinamika perlindungan hak cipta dalam *platform* seperti TikTok, sehingga dapat memperluas wawasan mengenai penerapan regulasi di dunia digital.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, khususnya pengguna *platform* TikTok, dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan hak cipta atas konten digital. Masyarakat akan lebih memahami hak dan tanggung jawab mereka, baik sebagai kreator maupun pengguna konten, sehingga dapat mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta. Selain itu, penelitian ini juga memberikan panduan praktis tentang langkah-langkah yang dapat diambil jika terjadi pelanggaran, sehingga masyarakat dapat lebih percaya diri dalam melindungi karya-karya mereka di ranah digital.

E. Definisi Istilah

1. Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹³

¹³ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung:PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 54.

2. *Affiliator*

Affiliator adalah Afiliator adalah orang yang bertugas mempromosikan bisnis digital di internet dengan menggunakan media sosial dan tautan tertentu.¹⁴ *Affiliator* hanya menyajikan informasi pemasaran produk dalam bentuk video hasil karya mereka sendiri. Jika konsumen tertarik untuk membeli, mereka akan mengklik tautan yang diberikan oleh *affiliator* untuk melanjutkan transaksi. Setelah itu, barang akan dikirim langsung oleh pihak pemasok atau kontributor.

3. Video Pemasaran Produk

Video pemasaran produk, juga dikenal sebagai video marketing, adalah strategi pemasaran yang menggunakan video sebagai media utama untuk mempromosikan produk, layanan, atau pesan merek kepada target pasar.¹⁵

4. TikTok

TikTok adalah salah satu *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan durasi hingga 10 menit, didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya.¹⁶ *Platform* ini tidak hanya menyediakan kemudahan bagi kreator dalam membuat dan mengunggah video dengan berbagai fitur kreatif, tetapi

¹⁴ CNN Indonesia, "Apa Itu Afiliator? Ini Pengertian, Manfaat, dan Syaratnya", available at: <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230927103855-569-1004294/apa-itu-affiliator-ini-pengertian-manfaat-dan-syaratnya>. (Diakses 28 September, Pukul 23:19).

¹⁵ Caca varisha, "Cara Membuat Video Pemasaran Produk dan Jenis-jenisnya", available at: <https://id.linkedin.com/pulse/cara-membuat-video-pemasaran-produk-dan-rizka-della>. (Diakses 12 september 2024 jam 8:50).

¹⁶ Tiktok, available at: <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-commerce?lang=id>. (Diakses 12 september 2024 jam 8.56).

juga menjadi ekosistem yang kompleks di mana pelanggaran hak cipta dapat terjadi, khususnya terkait penggunaan konten tanpa izin oleh pihak lain.

5. Undang-Undang Hak Cipta

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹⁷ Jadi, melalui undang-undang hak cipta, pencipta mendapatkan perlindungan hukum untuk karya orisinal mereka, termasuk seni, literatur, musik, foto, video, dan lainnya, beserta pengaturan hak dan kewajibannya.

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), available at: <https://kbbi.web.id/hak>. (Diakses pada 12 september 2024, pukul 9.04).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini menguraikan berbagai kajian ilmiah yang sudah dipublikasikan sebelumnya, mencakup jurnal, tesis, skripsi, dan karya ilmiah lainnya. Tinjauan pustaka ini akan dihubungkan dengan studi yang hendak dilaksanakan, sekaligus memaparkan perbedaan arah dan sasaran penelitian. Untuk mendukung penelitian ini, penulis akan menyajikan sejumlah studi terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik yang akan dikaji, di antaranya:

1. Penelitian berbentuk skripsi dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program TikTok Affiliate*” yang ditulis oleh Ima Frafika Sari.¹⁸ Mahasiswi fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tahun 2023.

Pada penelitian sebelumnya Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu sama-sama membahas program *TikTok Affiliate*. Namun, perbedaannya terletak pada aspek yang dikaji. Penelitian sebelumnya menyoroti tinjauan hukum Islam terhadap sistem komisi dalam program *TikTok Affiliate*, terutama dalam konteks pemasaran konten. Sementara penelitian penulis berfokus pada perlindungan hukum bagi *affiliator* terkait penggunaan video

¹⁸ Ima Frafika Sari, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Tiktok Affiliate*”, (skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2023).

pemasaran produk tanpa izin dalam program TikTok *Affiliate*, yang dianalisis berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta.

2. Penelitian berbentuk skripsi dengan judul “*Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Afiliasi TikTok*” yang ditulis oleh Vernanda Diah Pitaloka.¹⁹ Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tahun 2023.

Pada penelitian sebelumnya terdapat kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu membahas perlindungan hukum dalam program TikTok *Affiliate*. Namun, terdapat perbedaan dalam fokus pembahasannya. Penelitian sebelumnya menyoroti perlindungan hukum terkait perjanjian dalam pelaksanaan TikTok *Affiliate* yang tidak terpenuhi, sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada perlindungan hukum bagi *afiliator* terhadap penggunaan video produk tanpa izin oleh pihak lain dalam program TikTok *Affiliate*.

3. Penelitian berbentuk skripsi dengan judul “*Perlindungan Hak Cipta Cover Lagu Yang Dipublikasi Di Youtube Tanpa Izin Pencipta Lagu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*” yang ditulis oleh Jimmi Perdinan Ginting.²⁰ Mahasiswa Fakultas Ilmu Hukum Universitas HKBP Nommensen tahun 2022.

Pada penelitian sebelumnya terdapat persamaan terhadap penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu, pada pelanggaran hak cipta dalam

¹⁹ Vernanda Diah Pitaloka, “Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Afiliasi Tiktok”, (skripsi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 2023).

²⁰ Jimmi Perdinan Ginting, “Perlindungan Hak Cipta Cover Lagu Yang Dipublikasi Di Youtube Tanpa Izin Pencipta Lagu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, (skripsi Universitas HKBP Nommensen 2022).

konteks konten digital yang dipublikasikan di *platform* online. Keduanya membahas bagaimana karya seseorang dapat digunakan tanpa izin oleh pihak lain, serta perlunya perlindungan hukum bagi pencipta konten, baik itu dalam bentuk cover lagu maupun video pemasaran produk. Perbedaannya, penelitian sebelumnya berfokus pada perlindungan hak cipta dalam industri musik, yakni terkait dengan cover lagu yang dipublikasikan tanpa izin pencipta asli. Sementara itu, penulis berfokus pada video pemasaran yang digunakan tanpa izin di *platform* TikTok, khususnya dari perspektif *affiliator*.

4. Penelitian berbentuk skripsi dengan judul “*Perlindungan Hukum Terhadap Affiliator Dalam Pemberian Komisi Pada Program platform TikTok Perspektif Kuhperdata*”. yang ditulis oleh Brilliant Kusuma Rachmat.²¹ Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2024.

Pada penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dengan penelitian penulis, yaitu pada subjek utama *affiliator* dalam *platform* TikTok dan fokus pada aspek perlindungan hukum. Kedua penelitian menyoroti hak-hak *affiliator* yang berperan dalam mempromosikan produk melalui TikTok. Perbedaannya terletak pada lingkup perlindungan hukum yang dikaji. Penelitian sebelumnya fokus pada perlindungan komisi *affiliator* dalam program *platform* TikTok dari perspektif hukum perdata, dengan perhatian pada pelaksanaan hak komisi berdasarkan kontrak antara

²¹ Brilliant Kusuma Rachmat, “Perlindungan Hukum Terhadap Affiliator Dalam Pemberian Komisi Pada Program e-Commerce Tiktok Perspektif Kuhperdata”, (skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2024).

affiliator dan pihak pemberi komisi. Sementara itu, penelitian penulis membahas perlindungan kekayaan intelektual terkait penggunaan video pemasaran produk tanpa izin, yang dianalisis berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta.

5. Penelitian berbentuk skripsi dengan judul “*Penawaran Produk Dengan Sistem Affiliate Pada Aplikasi TikTok Perspektif Fiqih Muamalah*”.²² yang ditulis oleh Putri Wulan Sari. Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2024.

Pada penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dalam pembahasan mengenai TikTok *Affiliate* sebagai *platform* untuk memasarkan produk. Keduanya menyoroti aspek hukum yang terkait dengan program tersebut, baik dari segi aturan agama maupun hukum negara. Subjek yang dibahas juga sama, yaitu *affiliator* yang berperan dalam mempromosikan produk di TikTok. Perbedaannya terletak pada pendekatan hukum yang digunakan. Penelitian sebelumnya membahas penawaran produk dengan sistem *affiliate* di TikTok dari perspektif Fiqih Muamalah, yang berarti fokus pada analisis berdasarkan hukum Islam dalam transaksi dan perdagangan. Sementara itu, penulis membahas perlindungan hukum bagi *affiliator* dari perspektif Undang-Undang Hak Cipta, dengan fokus pada pelanggaran hak cipta terkait penggunaan video pemasaran produk tanpa izin dalam *platform* TikTok.

²² Putri Wulan Sari, “*Penawaran Produk Dengan Sistem Affiliate Pada Aplikasi Tiktok Perspektif Fiqih Muamalah*”, (skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2024).

Tabel 2.1
Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ima Frafika Sari (2023)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program TikTok <i>Affiliate</i>	Membahas program TikTok <i>Affiliate</i>	Penelitian sebelumnya berfokus pada tinjauan hukum Islam terhadap sistem komisi dalam program TikTok <i>Affiliate</i> . Sementara penelitian yang akan datang berfokus pada perlindungan hukum bagi <i>affiliator</i> terkait penggunaan video pemasaran produk tanpa izin dalam program TikTok <i>Affiliate</i> .
2	Vernanda Diah Pitaloka (2023)	Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Afiliasi TikTok	Membahas perlindungan hukum dalam program TikTok <i>Affiliate</i>	Penelitian sebelumnya menyoroti perlindungan hukum terkait perjanjian dalam pelaksanaan TikTok <i>Affiliate</i> yang tidak terpenuhi, sedangkan penelitian penulis berfokus pada perlindungan hukum bagi <i>afiliator</i> terhadap penggunaan video produk tanpa izin oleh

				pihak lain dalam program TikTok <i>Affiliate</i> .
3	Jimmi Perdinan Ginting (2022)	Perindungan Hak Cipta Cover Lagu Yang Dipublikasi Di Youtube Tanpa Izin Pencipta Lagu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta	Membahas pelanggaran hak cipta dalam konteks konten digital yang dipublikasikan di <i>platform</i> online	Penelitian sebelumnya berfokus pada perlindungan hak cipta dalam industri musik, yakni terkait dengan cover lagu yang dipublikasikan tanpa izin pencipta asli. Sementara itu, penulis berfokus pada video pemasaran yang digunakan tanpa izin di <i>platform</i> TikTok, khususnya dari perspektif <i>affiliator</i> .
4	Brilliant Kusuma Rachmat (2024)	Perindungan Hukum Terhadap <i>Affiliator</i> Dalam Pemberian Komisi Pada Program <i>platform</i> TikTok Perspektif Kuhperdata	Membahas perlindungan hukum dalam program TikTok <i>Affiliate</i>	Penelitian sebelumnya fokus pada perlindungan komisi <i>affiliator</i> dalam program <i>platform</i> TikTok dari perspektif hukum perdata, dengan perhatian pada pelaksanaan hak komisi berdasarkan kontrak antara <i>affiliator</i> dan pihak pemberi komisi. Sementara itu,

				<p>penelitian penulis membahas perlindungan kekayaan intelektual terkait penggunaan video pemasaran produk tanpa izin, yang dianalisis berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta</p>
5	Putri Wulan Sari (2024)	<p>Penawaran Produk Dengan Sistem <i>Affiliate</i> Pada Aplikasi TikTok Perspektif Fiqih Muamalah</p>	<p>Membahas mengenai TikTok <i>Affiliate</i> sebagai <i>platform</i> untuk memasarkan produk</p>	<p>Penelitian sebelumnya membahas penawaran produk dengan sistem <i>affiliate</i> di TikTok dari perspektif Fiqih Muamalah. Sementara itu, penulis membahas perlindungan hukum bagi <i>affiliator</i> dari perspektif Undang-Undang Hak Cipta, dengan fokus pada pelanggaran hak cipta terkait penggunaan video pemasaran produk tanpa izin dalam <i>platform</i> TikTok</p>

B. Kajian Teori

Pada bagian ini berisi penjelasan mengenai teori yang digunakan sebagai sudut pandang dalam melakukan penelitian. Penjelasan pada bagian ini dibahas lebih luas dan mendalam sehingga memperdalam ilmu penelitian dalam mengkaji permasalahan yang akan dipecahkan nantinya.

1. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²³ Sedangkan menurut C.S.T.

Kansil perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.²⁴ Philipus M. Hadjon juga berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.²⁵

Perlindungan hukum adalah bentuk perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum melalui perangkat yang bersifat preventif maupun represif, baik secara lisan maupun tertulis. Perlindungan hukum ini

²³ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 54.

²⁴ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 102.

²⁵ Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011), 10.

merupakan gambaran dari fungsi hukum itu sendiri, yang mencakup konsep keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan kedamaian.

Perlindungan hukum preventif memberikan peluang bagi subjek hukum untuk menyampaikan keberatan atau pandangannya sebelum keputusan pemerintah ditetapkan secara final. Fokus utama adalah untuk menghindari terjadinya perselisihan. Perlindungan hukum preventif juga memainkan peran penting dalam mengawasi tindakan pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak atau diskresi. Dengan adanya perlindungan ini, pemerintah diharapkan lebih cermat dalam membuat keputusan yang melibatkan diskresi. Di Indonesia, belum ada pengaturan khusus yang mengatur secara detail mengenai perlindungan hukum preventif.²⁶

Perlindungan hukum represif berfungsi untuk menyelesaikan konflik atau sengketa yang telah muncul. Penanganan sengketa melalui Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia merupakan bagian dari kategori perlindungan hukum tersebut, dengan prinsip yang berlandaskan pada pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia. Sejarah di Barat menunjukkan bahwa konsep pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia lahir sebagai upaya untuk membatasi kekuasaan pemerintah dan menetapkan kewajiban bagi masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang menjadi dasar perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah adalah prinsip negara hukum, di mana

²⁶ Wahyu Simon Tampubolon, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Ilmiah "Advokasi"*, Vol. 04. No. 01 (Maret 2016), 54.

pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia merupakan elemen utama yang sejalan dengan tujuan negara hukum itu sendiri. Perlindungan hukum harus diberikan kepada rakyat RI (Republik Indonesia) terhadap hak-hak asasi manusia yang dipunyainya sehingga rakyat dapat hidup secara aman, damai dan sejahtera sebagaimana yang dicita-citakan dalam tujuan negara RI.²⁷

Perlindungan hukum bertujuan untuk melindungi hak-hak individu maupun kelompok agar terhindar dari tindakan melawan hukum, serta menjamin kepastian hukum dan keadilan. Prinsip perlindungan hukum di Indonesia berlandaskan pada Pancasila dan konsep negara hukum, yang keduanya menekankan pentingnya pengakuan dan penghormatan terhadap harkat serta martabat manusia. Kemudian Muchsin berpendapat bahwa perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan men Muchsin berpendapat bahwa perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyaksikan hubungan kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia.²⁸

2. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual

a. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Istilah Kekayaan Intelektual (selanjutnya ditulis KI) atau dalam bahasa Inggris disebut *Intellectual Property*, di Indonesia telah

²⁷ Nur solikin, *Pengantar PIH dan PTHI*, (Jember: STAIN Jember Press, 2014) , 134.

²⁸ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2003), 14.

melalui perjalanan yang panjang dan mengalami beberapa perubahan istilah. Istilah *Intellectual Property* pertama kali diterjemahkan menjadi "hak milik intelektual," kemudian berubah menjadi "hak milik atas kekayaan intelektual." Selanjutnya, istilah tersebut berganti menjadi "hak atas kekayaan intelektual - HAKI," lalu menjadi "hak kekayaan intelektual" (dengan singkatan HaKI yang kemudian berubah menjadi HKI), dan sekarang istilah tersebut menjadi "Kekayaan Intelektual" (KI).²⁹

Hak Kekayaan Intelektual, disingkat "HKI" atau dikenal dengan akronim "HaKI," merupakan padanan untuk *Intellectual Property*

Rights (IPR), yaitu hak yang timbul dari hasil olah pikir yang menghasilkan produk atau proses yang bermanfaat bagi manusia. Pada intinya, HKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. Objek yang diatur dalam HKI adalah karya-karya yang muncul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia.³⁰

Hak Kekayaan Intelektual atau HKI merupakan instrumen hukum yang menjamin perlindungan atas karya intelektual yang dihasilkan oleh seseorang, komunitas, maupun badan usaha. Esensi dari HKI adalah memberikan jaminan legal kepada pemilik karya intelektual untuk memperoleh pengakuan dan perlindungan atas hasil pemikiran

²⁹ Ni Ketut Suspati Dharmawan, Wayan Wiryawan, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta: Deepublish Group CV Budi Utama, 2016), 13.

³⁰ Nanda Dwi Rizkia dan Hardi Fardiansyah, *Pengantar Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada, 2022), 15.

atau kreativitasnya. Keberadaan HKI memiliki peran strategis dalam mendorong atmosfer inovatif dan kreatif di tengah masyarakat. Dengan adanya perlindungan hukum ini, masyarakat dapat dengan leluasa mengembangkan gagasan dan menciptakan karya-karya baru tanpa kekhawatiran akan penyalahgunaan oleh pihak lain. Lebih jauh lagi, sistem HKI ini diharapkan dapat memicu semangat inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan di kalangan masyarakat luas, sehingga terus bermunculan ide-ide segar dan temuan-temuan bermanfaat.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) hadir dengan tiga tujuan fundamental yang saling berkaitan. Pertama, HKI berperan sebagai katalis yang mendorong berkembangnya inovasi dan kreativitas dalam masyarakat. Tujuan kedua adalah memberikan apresiasi konkret berupa pengakuan dan penghargaan atas karya intelektual yang telah dihasilkan seseorang. Sementara tujuan ketiga bersifat inspiratif, yaitu memotivasi masyarakat luas untuk terus menghasilkan inovasi dan mengembangkan gagasan-gagasan kreatif mereka. Ketiga tujuan ini membentuk sebuah siklus positif dimana perlindungan dan pengakuan atas karya intelektual akan terus mendorong munculnya kreasi-kreasi baru yang bermanfaat bagi kemajuan masyarakat.

Dalam pembahasan tentang hak cipta, terdapat empat teori yang mendukung pentingnya hak cipta, yaitu:³¹

³¹ Inka Dwi Octavia, M. Uzair Jadiid Zakiah, Novia Dwi Darmayanti, "Penyebaran Film Di Platform Idlix Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014", *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, Vol. 5, No. 3, (Juni 2024), 262.

1. Teori Insentif. Menurut teori ini, hak cipta memberikan insentif ekonomi kepada pencipta untuk menginvestasikan waktu, usaha, keahlian, dan sumber daya dalam menciptakan karya kreatif. Dengan memberikan monopoli terbatas melalui hak cipta, hal ini mendorong pencipta untuk melindungi kreativitas mereka dari penggunaan bebas oleh orang lain. Perlindungan hak cipta juga memungkinkan pencipta untuk mendapatkan pengembalian investasi yang telah mereka keluarkan.
2. Teori Prospek. Menurut teori ini, hak cipta memberikan penghargaan ekonomi atas ketidakpastian dan risiko yang dihadapi oleh pencipta dalam menciptakan karya. Berbeda dengan teori insentif, teori prospek memungkinkan pencipta untuk menentukan keuntungan yang akan diperoleh di masa depan dari karya mereka, terlepas dari keuntungan yang segera dapat diketahui.
3. Teori Hak Alamiah. Menurut teori ini, hak cipta diberikan sebagai pengakuan terhadap hasil kerja yang telah dihasilkan oleh pencipta. Hasil kerja tersebut dianggap sebagai kontribusi kepada masyarakat dan layak mendapatkan penghargaan melalui hak cipta.
4. Teori Pembangunan. Menurut teori ini, hak cipta berperan sebagai katalisator dalam pembangunan ekonomi dan modernisasi masyarakat. Perlindungan hak cipta dapat

mendorong produksi karya seni dan sastra, meningkatkan pendapatan pajak, menarik investasi dalam dan luar negeri, menciptakan lapangan kerja baru, dan mempromosikan pencipta asli.

Secara keseluruhan, keempat teori ini memberikan pandangan yang beragam mengenai pentingnya hak cipta dalam melindungi karya kreatif. Hak cipta tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pencipta, tetapi juga merupakan bentuk penghargaan atas kerja keras, ketidakpastian, dan risiko yang mereka hadapi dalam proses penciptaan. Hak cipta juga mengakui peran penting pencipta dalam memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, serta berfungsi sebagai pendorong dalam pembangunan ekonomi dan sosial.

Dengan adanya perlindungan hak cipta, karya kreatif dapat terlindungi, pencipta dapat terus mengembangkan kreativitasnya, dan masyarakat bisa ikut menikmati hasilnya. Selain itu, hak cipta mendukung pertumbuhan ekonomi, mendorong inovasi, dan berkontribusi pada perkembangan budaya. Oleh karena itu, hak cipta menjadi aspek yang sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dan perkembangan dunia kreatif.

b. Peran Dan Fungsi Hak Kekayaan Intelektual

Masalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) terus berkembang mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Saat

ini, HKI menjadi hal yang sangat penting bagi setiap negara untuk menjaga keunggulan dalam bidang industri dan perdagangan mereka. Hal ini terjadi karena HKI melindungi hasil karya dan inovasi yang dapat memberi keuntungan ekonomi bagi negara. Dengan adanya perlindungan HKI yang baik, sebuah negara dapat bersaing lebih baik dalam perdagangan internasional dan mengembangkan industri dalam negerinya. Menurut Munaf sebagaimana yang dikutip dari Nanda Dwi Rizkia dan Hardi Fardiansyah, peran HKI pada saat ini cukup penting, antara lain:³²

- 1) Sebagai alat persaingan dagang, terutama bagi negara maju agar tetap dapat menjaga posisinya menguasai pasar internasional dengan produk barangnya;
- 2) Alat pendorong kemajuan IPTEK dengan inovasi-inovasi baru yang dapat diindustrikan; dan
- 3) Alat peningkatan kesejahteraan perekonomian masyarakat, khususnya para peneliti yang mempunyai temuan yang diindustrikan, yaitu dengan mendapatkan imbalan berupa royalti.

Perkembangan ekonomi dunia saat ini sangat terkait dengan sistem Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Semakin hari, masyarakat semakin menyadari bahwa kemampuan berpikir dan menciptakan sesuatu yang baru (intelektualitas) memiliki pengaruh besar dalam kehidupan.

³² Inka Dwi Octavia, M. Uzair Jadiid Zakiah, Novia Dwi Darmayanti, "Penyebaran Film Di Platform Idlix Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014", *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, Vol. 5, No. 3, (Juni 2024), 16.

Karya-karya intelektual yang dihasilkan oleh kecerdasan manusia telah memberikan banyak hal yang memudahkan kehidupan kita. Mulai dari peralatan rumah tangga, pakaian, perangkat elektronik, komunikasi, transportasi, hingga peralatan kantor, semuanya merupakan hasil dari pemikiran dan kreativitas manusia (karya intelektual) yang sangat membantu kita dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Untuk mendorong kreasi yang bermanfaat, sangat penting memberikan insentif kepada para pencipta atau investor yang berkontribusi dalam pengembangan karya intelektual. Negara-negara maju telah lama menyadari pentingnya insentif ini dengan membangun sistem yang memperlakukan karya intelektual baru atau asli sebagai kekayaan yang bernilai, yang dikenal dengan istilah kekayaan intelektual.

Hasil karya intelektual terbukti dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ketika para pencipta dan investor mendapat perlindungan hukum atas karya mereka melalui HKI, hal ini tidak hanya membuat kualitas karya menjadi lebih baik, tetapi juga memudahkan penyebaran teknologi dan ilmu pengetahuan ke masyarakat luas. Di negara-negara maju, HKI tidak hanya dianggap sebagai alat hukum untuk melindungi hak pencipta saja. Lebih dari itu, HKI digunakan sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penemuan mereka. Oleh karena itu, ketika negara memberikan

hak khusus (monopoli) kepada pencipta, mereka bisa menggunakan hasil temuannya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Dengan kata lain, perlindungan HKI memberi keuntungan untuk semua pihak - pencipta bisa mendapat hasil dari karyanya, investor mendapat keuntungan dari investasinya, dan masyarakat bisa menikmati teknologi serta pengetahuan baru..³³ Insentif yang diberikan kepada pemegang HKI dalam bentuk hak monopoli bertujuan agar pencipta karya intelektual dapat memanfaatkan dan memperoleh keuntungan dari kekayaan intelektual mereka selama jangka waktu tertentu. Hak monopoli ini memungkinkan pemiliknya

untuk mendapatkan pendapatan dan keuntungan sebagai imbalan atas waktu, dana, dan usaha yang mereka investasikan dalam menciptakan karya tersebut. Dengan adanya penghasilan yang memadai, pemilik hak dapat terus mengembangkan dan menciptakan karya intelektual baru yang lebih inovatif.

Pencipta karya intelektual memiliki dua jenis hak:

1. Hak ekonomi untuk mendapatkan keuntungan dari karyanya.
2. Hak moral yang melindungi nama baik dan karya mereka dari penyalahgunaan. HKI juga memberi manfaat sosial karena membantu menyebarkan pengetahuan ke masyarakat, mendapat dukungan dari negara untuk berkembang, serta mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dan inovatif, sehingga bisa

³³ Inka Dwi Octavia, M. Uzair Jadiid Zakiah, Novia Dwi Darmayanti, "Penyebaran Film Di Platform Idlix Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014", *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, Vol. 5, No. 3, (Juni 2024), 17.

melahirkan pencipta-pencipta baru. Bagi industri, pemahaman tentang HKI sangat penting. Mereka tidak hanya perlu melindungi karya mereka sendiri, tetapi juga harus berhati-hati agar tidak melanggar hak karya orang lain. Misalnya, sebuah perusahaan harus memastikan produk yang mereka buat tidak meniru atau menjiplak karya perusahaan lain yang sudah dilindungi HKI.

Kecenderungan pasar global telah mendorong pengembangan aturan global, termasuk di bidang HKI. Sejak 1 Januari 1995, WTO

memperkenalkan perjanjian TRIPs yang mengharuskan seluruh anggota WTO menerapkan standar minimal perlindungan HKI sesuai dengan perjanjian tersebut. Untuk tetap kompetitif di pasar global, para pelaku industri harus memahami dan mengikuti peraturan perdagangan yang berlaku di negara tujuan pasar, termasuk yang berkaitan dengan HKI. Beberapa otoritas kepabeanan bahkan mewajibkan dokumen HKI dilampirkan bersama dokumen wajib lainnya. Kegagalan memahami peraturan ini dapat menghambat produk Indonesia memasuki pasar luar negeri, serta meningkatkan risiko dituntut oleh pemegang HKI di negara tujuan jika produk berhasil masuk.³⁴

³⁴ Krisnani Setyowati Efridani Lubis, Elisa Anggraeni, M. Hendra Wibowo, *Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi*, (Bogor :Kantor HKI-IPB, Kantor Hak Kekayaan Intelektual Institut Pertanian Bogor, 2005), 5.

Manfaat utama yang diberikan sistem Hak Kekayaan Intelektual bagi peneliti dan industri yaitu :³⁵

1. Peneliti dan industri di Indonesia dapat memantau perkembangan teknologi terkini melalui informasi paten global yang sebagian besar dapat diakses online. Informasi ini membantu memahami tren teknologi mutakhir dan memungkinkan penggunaan paten kadaluwarsa atau paten yang tidak terdaftar di Indonesia, asalkan tidak diperluas ke negara lain. Sistem paten dengan syarat kebaruan universal menuntut penemuan yang benar-benar baru di seluruh dunia. Ini mendorong riset di Indonesia untuk bersaing secara global, memastikan hasil riset dapat dipatenkan, relevan dengan perkembangan teknologi, serta menghindari duplikasi atau pelanggaran paten.
2. Perlindungan terhadap karya intelektual dari penggunaan tidak sah oleh pihak ketiga sangat diperlukan untuk memberikan kesempatan kepada penemu atau investor agar dapat memperoleh manfaat atau imbalan keuangan yang memadai atas upaya atau investasi yang telah mereka lakukan dalam menciptakan karya intelektual tersebut.

Selain dua manfaat utama di atas, sistem HKI juga membuka peluang bagi industri untuk memonopoli pasar atas produk tertentu

³⁵ Krisnani Setyowati Efridani Lubis, Elisa Anggraeni, M. Hendra Wibowo, *Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi*, (Bogor :Kantor HKI-IPB, Kantor Hak Kekayaan Intelektual Institut Pertanian Bogor, 2005), 5.

dan menciptakan hambatan masuk bagi para pesaingnya. HKI, sebagai aset bisnis tak berwujud (*intangible*), dapat menjadi sumber pendapatan melalui lisensi, penjualan, atau komersialisasi HKI, serta meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan lembaga keuangan. Bagi perguruan tinggi dan lembaga penelitian serta pengembangan (litbang), sistem HKI juga memainkan peran penting sebagai sumber pendapatan. Perguruan tinggi dan lembaga litbang memiliki potensi besar untuk menghasilkan HKI yang bernilai ekonomi. Oleh karena itu, pengelolaan HKI yang efektif dari hasil kegiatan tridharma perguruan tinggi dan penelitian dapat menjadi sumber pendapatan yang mendukung keberlanjutan kegiatan tridharma perguruan tinggi dan penelitian yang memiliki daya saing tinggi.³⁶

3. Tinjauan Umum Hak Cipta

a. Pengertian hak cipta

Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta menyatakan bahwa Hak Cipta adalah hak yang mengatur karya intelektual di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang telah diwujudkan dalam bentuk yang khas, serta diberikan pada ide, prosedur, metode, atau konsep yang telah dituangkan dalam bentuk tetap. Hak Cipta adalah hak yang mengatur karya intelektual di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra yang dituangkan dalam bentuk yang

³⁶ Krisnani Setyowati Efridani Lubis, Elisa Anggraeni, M. Hendra Wibowo, *Hak Kekayaan Intelektual dan Tantangan Implementasinya di Perguruan Tinggi*, (Bogor :Kantor HKI-IPB, Kantor Hak Kekayaan Intelektual Institut Pertanian Bogor, 2005), 6.

husus dan telah dituangkan dalam wujud tetap, atau dengan kalimat lain adalah hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.³⁷

Untuk mendapatkan perlindungan melalui Hak Cipta, tidak ada keharusan untuk mendaftarkannya. Pendaftaran hanya berfungsi sebagai alat pembuktian. Oleh karena itu, begitu suatu karya tercipta, Hak Cipta secara otomatis melekat pada karya tersebut. Biasanya, publikasi dilakukan dengan mencantumkan tanda Hak Cipta.

Perlindungan hukum bagi pemegang Hak Cipta bertujuan untuk menciptakan iklim yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan semangat kreativitas di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.

b. Pengertian pencipta dan pemegang hak cipta

Dalam Hak Cipta, terdapat beberapa istilah yang sering digunakan, antara lain: Pasal 1 ayat (2) undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta menyebutkan yang dimaksud sebagai pencipta adalah “seseorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi”.³⁸

³⁷ Mujiono, Feriyanto, *Buku Praktis Memahami Dan Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta :Sentra Hki Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), 6.

³⁸ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Pasal 1 Ayat 2.

Kemudian undang-undang tersebut juga menjelaskan tentang pemegang hak cipta yang tertuang dalam pasal 1 ayat (4) yang berbunyi “pemegang hak cipta adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah”.³⁹ Kemudian dapat disimpulkan bahwa pencipta adalah seseorang atau kelompok orang yang memiliki tujuan secara sendiri atau berkelompok untuk dapat menghasilkan suatu ciptaan yang khas atau unik dan bersifat pribadi sehingga tidak mudah ditiru atau dibuat orang lain.

Penjelasan mengenai siapa yang dapat disebut pencipta juga dijelaskan dalam pasal 33 ayat (1) dan (2) undang-undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 yang berbunyi “(1) dalam hal ciptaan terdiri atas beberapa bagian tersendiri yang diciptakan oleh 2 (dua) orang atau lebih, yang dianggap sebagai Pencipta yaitu orang yang memimpin dan mengawasi penyelesaian seluruh ciptaan, (2) dalam hal orang yang memimpin dan mengawasi penyelesaian seluruh ciptaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak ada, yang dianggap sebagai pencipta yaitu orang yang menghimpun ciptaan dengan tidak mengurangi hak cipta masing-masing atas bagian ciptaannya.”⁴⁰

³⁹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta pasal 1 ayat 4.

⁴⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta pasal 33 ayat 1 dan 2.

Pengertian siapa yang yang disebut pemegang hak cipta ada pada pasal 1 ayat (4) undang-undang nomor 28 tahun 2014 yang telah dijelaskan diatas oleh karena itu dapat diartikan bahwa yang disebut pemegang hak cipta ada 2, yaitu pencipta itu sendiri dan juga pihak lain.⁴¹ Maka sudah jelas bahwa pencipta dapat langsung disebut sebagai pemegang hak cipta tanpa adanya proses hukum atau proses lainnya dalam pengakuan sebagai pemegang hak cipta, untuk yang kedua, yaitu pihak lain yang dianggap sebagai pemegang hak cipta harus melalui proses hukum dengan adanya perjanjian lisesnsi karena pencipta dapat memberikan izin kepada pihak lain untuk memperbanyak atau memproduksi suatu karya atau ciptaan sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.⁴²

c. Pengertian ciptaan

Dalam undang-undang nomor 28 tahun 2014 pasal 1 ayat (1) yang menyebutkan “Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta dibidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, cekatan keterampilan atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata”.⁴³ Maka suatu ciptaan dari berbagai macam bidang tersebut dapat memiliki ciri khas dan keunikannya sendiri sehingga tidak mudah ditirukan atau akan

⁴¹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta pasal 1 ayat 4.

⁴² Abdulkadir muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2007), 22.

⁴³ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta pasal 1 ayat 1.

memiliki kesamaan jika dibuat oleh orang lain atau ciptaan merupakan bukti nyata hasil karya pencipta yang berupa bukti wujud dan dapat ditunjukkan kepada orang banyak.

Seorang pencipta dalam membuat suatu ciptaan harus hasil pemikirannya sendiri dan bukan hasil dari tiruan orang lain karena tidak semua bentuk ciptaan dapat dilindungi oleh hukum, karena dalam undang-undang nomor 28 tahun 2014 menjelaskan mengenai hasil ciptaan yang dilindungi oleh undang-undang tersebut pada pasal 40 ayat (1). Pasal tersebut menjelaskan bahwa tidak semua hasil karya atau ciptaan dapat dilindungi oleh hukum, karena kelompok ciptaan yang mendapatkan perlindungan hukum hanya dalam bidang sains, seni, dan sastra. Oleh sebab itu, suatu ciptaan harus memiliki bentuk bukan sesuatu yang abstrak dan memiliki bentuk yang khas hasil dari pencipta dan dapat ditunjukkan kepada orang lain. Kemudian dalam undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta juga menyebutkan apa saja hasil yang tidak dilindungi oleh undang-undang hak cipta, yaitu pasal 41 yang meliputi:⁴⁴

3. Hasil karya yang belum diwujudkan dalam bentuk nyata
4. Setiap ide, prosedur, sistem, metode, konsep, prinsip, temuan atau data walaupun telah diungkap, dinyatakan, dijelaskan, atau digabungkan dalam sebuah ciptaan

⁴⁴ Sekretariat Negara Republik Indonesia , Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta pasal 41.

5. Alat, benda, atau produk yang diciptaan hanya untuk menyelesaikan masalah teknis atau yang bentuknya hanya ditunjukkan untuk kebutuhan fungsional.⁴⁵

d. Ruang lingkup hak cipta

Dalam ruang lingkup hak cipta memiliki pengelompokan yang berbeda dengan kekayaan industri karena dalam hak kekayaan intelektual terbagi menjadi dua kelompok, yaitu hak cipta dan hak atas kekayaan industri. Ini jelas berbeda pada pemikiran dua bidang tersebut, dalam hak atas kekayaan industri mencakup tentang paten, merek, desain industri, dan rahasia dagang. Kemudian dalam ruang

lingkup hak cipta yang dilindungi karya dalam bidang sains atau ilmu pengetahuan, seni dan sastra dengan syarat bahwa sumbernya harus disebutkan dan dicantumkan, maka tidak dianggap sebagai pelanggaran hak cipta.⁴⁶

1. Memanfaatkan ciptaan pihak lain guna kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan karya ilmiah, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah dengan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari pencipta
2. Perbanyak suatu ciptaan selain program komputer, secara terbatas dengan cara atau alat apapun atau proses yang serupa oleh

⁴⁵ Fajar Alamsyah Akbar, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Menurut Pasal 12 Undang-Undang Nomer 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Di Indonesia", *JOM Fakultas Hukum*, Vol 3, No 2 (2016), 4.

⁴⁶ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 26-27.

perpustakaan umum, lembaga dan pusat ilmiah atau pendidikan dokumen non-komersial hanya untuk tujuan aktivitas

3. Pembuatan salinan cadangan suatu program komputer oleh pemilik program komputer yang dilakukan semata-mata untuk digunakan sendiri.

e. Jangka waktu perlindungan hak cipta

Pembatasan jangka waktu hak cipta mencerminkan pandangan bahwa kepemilikan tidak hanya hak pribadi, tetapi juga memiliki fungsi sosial, mengingat manusia hidup sebagai individu sekaligus bagian dari masyarakat. Filosofi ini menjadi dasar hukum di berbagai

negara dalam melindungi hak cipta. Di Indonesia, menurut Undang-Undang Hak Cipta tahun 1982 dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002, perlindungan hak cipta berlaku hingga 50 tahun. Jangka waktu yang relatif panjang ini bertujuan untuk menyeimbangkan kepentingan pencipta dengan kepentingan masyarakat, sesuai dengan konsep bahwa hak milik juga harus bermanfaat bagi masyarakat.

Undang-Undang Hak Cipta di Indonesia lebih menekankan pada perlindungan hak individual. Terkait perlindungan tersebut, UU No. 19 Tahun 2002 juga memberikan penjelasan lebih rinci mengenai jangka waktu perlindungan hukum bagi karya-karya yang hak ciptanya dimiliki atau dikelola oleh negara. Dalam Pasal 31, disebutkan bahwa hak cipta atas karya yang dimiliki atau dikelola oleh negara, sebagaimana diatur dalam Pasal 10 ayat (2), berlaku

tanpa batas waktu, yaitu untuk selamanya. Sementara untuk karya yang hak ciptanya dikelola oleh negara karena penciptanya tidak diketahui dan belum diterbitkan, perlindungan diberikan selama 75 tahun sejak karya tersebut diketahui publik.⁴⁷

Ketentuan baru terkait jangka waktu perlindungan hak moral diatur dalam Pasal 33 Undang-Undang Hak Cipta (UUHC), yang sebelumnya tidak ada dalam UUHC 1987. Dalam UUHC ini dinyatakan bahwa perlindungan hak pencipta sebagaimana disebutkan dalam Pasal 24 ayat (1) berlaku tanpa batas waktu. Sementara itu, hak yang diatur dalam Pasal 24 ayat (2) dan (3) berlaku selama hak cipta atas karya terkait masih berlaku, kecuali untuk pencantuman dan perubahan nama atau nama samaran pencipta. Lebih lanjut, Pasal 34 UUHC mengatur cara penghitungan jangka waktu perlindungan hak cipta, menyatakan bahwa tanpa mengurangi hak pencipta, jangka waktu perlindungan hak cipta dihitung sejak karya tersebut lahir dan berlangsung seumur hidup pencipta, serta berlanjut selama 75 tahun setelah pencipta meninggal.⁴⁸

⁴⁷ Meldy Rivian Thomas, “Masa Berlaku Hak Ekonomi Pencipta Atau Pemegang Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, Jurnal Lex Privatum, Vol.IX/No.1, Januari-Maret, 2021, 13.

⁴⁸ Meldy Rivian Thomas, “Masa Berlaku Hak Ekonomi Pencipta Atau Pemegang Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, Jurnal Lex Privatum, Vol.IX/No.1, Januari-Maret, 2021, 15.

BAB III

METODE PENELITIAN

Secara umum metode penelitian adalah suatu upaya yang menyelidiki dan mendalami suatu permasalahan dengan menggunakan metode ilmiah secara cermat dan menyeluruh untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data serta menarik kesimpulan secara sistematis dan obyektif.⁴⁹

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti buku dan artikel ilmiah. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang berfokus pada kajian terhadap data sekunder, yang meliputi bahan hukum primer dan sekunder. Penelitian ini mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mempelajari bahan pustaka atau data sekunder.⁵⁰ Dalam pendekatan ini, hukum dipahami sebagai aturan yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*), atau sebagai kaidah dan norma yang menjadi pedoman perilaku yang dianggap layak dalam masyarakat.

⁴⁹ Rifa'i Abubakar, "Pengantar Metodologi Penelitian", (Yogyakarta: Suka-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), 2.

⁵⁰ Soerjono Soekanto, Dan Sri Mamudji, "Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat." (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 52.

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*), pendekatan kasus (*Case Approach*), dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*). Menurut Peter Machmud, pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menelaah berbagai aturan khusus dan regulasi yang berkaitan dengan isu yang ditangani.⁵¹ Pendekatan ini bertujuan untuk mempelajari konsistensi dan kesesuaian antara satu pasal dengan pasal lainnya dalam konteks perlindungan hukum bagi *Affiliator* terhadap video pemasaran produk yang digunakan oleh pihak lain tanpa izin.

Pendekatan kasus (*Case Approach*) adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara memeriksa perkara-perkara yang relevan dengan permasalahan yang dipermasalahkan dan telah diputuskan oleh pengadilan yang mempunyai yurisdiksi tetap.

Pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) merupakan jenis pendekatan yang berbeda dari sudut pandang dan teori yang dikembangkan dalam ilmu hukum. Pendekatan ini biasanya dipilih untuk mencari jawaban atas permasalahan hukum dalam suatu penelitian.

⁵¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007), 137.

C. Sumber Bahan

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, organisasi, atau fenomena yang menjadi fokus atau objek dari suatu penelitian. Subjek penelitian dapat menjadi sumber data atau informasi yang dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian tertentu.

Adapun sumber bahan yang akan digunakan pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat otoritatif, artinya memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan, catatan resmi, serta risalah pembentukan peraturan perundang-undangan. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- b) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- c) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan yang memberikan penjelasan serta melengkapi informasi pada bahan hukum primer. Bahan hukum

sekunder yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mencakup buku-buku, makalah, karya ilmiah para ahli, hasil penelitian, jurnal-jurnal hukum, serta sumber lain yang relevan untuk mendukung dan memberikan konteks terhadap bahan hukum primer.

D. Teknik Pengumpulan Bahan

Teknik pengumpulan bahan merujuk pada metode atau cara sistematis yang digunakan untuk menghimpun informasi atau bahan dari subjek penelitian. Tujuan utama dari teknik pengumpulan bahan adalah untuk mendapatkan bahan yang valid, reliabel, dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian atau tujuan penelitian tertentu.

Teknik pengumpulan bahan dapat bervariasi tergantung pada jenis penelitian, masalah penelitian, dan subjek penelitian. Teknik pengumpulan bahan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah studi kepustakaan, di mana data yang dikumpulkan terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Proses pengumpulan bahan dilakukan dengan meneliti dan mempelajari peraturan perundang-undangan serta karya ilmiah, yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini.

E. Analisis Bahan

Penelitian hukum ini menggunakan metode analisis normatif yaitu dengan mendeskripsikan permasalahan hukum yang ditemukan melalui penelitian kepustakaan dengan menggunakan peraturan-peraturan yang relevan dengan persoalan yang diteliti.

F. Keabsahan Bahan

Uji keabsahan bahan dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian yang dilaksanakan merupakan penelitian ilmiah yang valid dan dapat dipercaya. Uji ini juga bertujuan untuk menguji validitas bahan yang diperoleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan bahan mencakup uji *credibility* atau kredibilitas. Kredibilitas mengacu pada tingkat kepercayaan terhadap bahan yang dihasilkan, sehingga hasil penelitian tidak diragukan dan dapat diakui sebagai karya ilmiah.

Uji keabsahan yang dilakukan peneliti menggunakan beberapa teknik antara lain dilakukan dengan :

a. Triangulasi bahan

Menurut Sugiyono sebagaimana yang dikutip dari Yumita Sari Dianti dan Robbi Zidni Ilma, triangulasi bahan merupakan teknik pengumpulan bahan yang sifatnya menggabungkan berbagai bahan dan sumber yang telah ada.⁵² Yaitu menggunakan berbagai sumber bahan, seperti dokumen, arsip, dan jurnal yang berisi tentang perlindungan hukum dalam konteks hak cipta dan *platform* TikTok.

Dokumen hukum utama seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menjadi dasar untuk memahami aturan perlindungan terhadap konten digital, termasuk video pemasaran di TikTok. Arsip dan jurnal akademik terkait hak kekayaan intelektual, pemasaran digital, serta regulasi *e-commerce* juga digunakan untuk

⁵² Yumita Sari Dianti, Robbi Zidni Ilma, "Analisis Peran Manajerial Dalam Memotivasi Karyawan (Studi Kasus Pada PT. Djawa Kreasi Solusindo)", *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, Vol. 10 No. 4, (Agustus 2024), 2.

memperkuat analisis. Sumber-sumber ini membantu memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana hukum diterapkan dalam melindungi hak *affiliator* terhadap pelanggaran hak cipta di *platform* digital seperti TikTok.

b. Triangulasi pengamat

Adanya pengamat diluar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan bahan. Dalam penelitian ini, misalnya pembimbing bertindak sebagai pengamat yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan bahan.

G. Tahap-tahap penelitian

Tahapan-tahapan penelitian yang dimaksudkan pada penelitian ini diidentifikasi dengan langkah-langkah melaksanakan penelitian. Tahapan penelitian yang dilakukan yakni terdiri dari *tahap pra research*, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap *pasca research* serta penjelasannya ;⁵³

1) Tahap Pra Research

Pra Research merupakan hal-hal yang dilakukan sebelum memulai penelitian, seperti konsultasi dengan dosen pembimbing mengenai sumber data dengan ketepatan judul, dan mengumpulkan berbagai referensi yang berkaitan dengan pembahasan yang diangkat.

2) Tahap Pelaksanaan Penelitian

Peneliti menelisik referensi yang telah dikumpulkan dalam rangka mencari hal-hal yang berkaitan dengan judul penelitian dari pembahasan

⁵³ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah*,(Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 48.

yang diangkat. Kemudian, mencari bahan dukungan dari referensi lain, misalnya internet, video yang berkaitan dengan tema pembahasan, jurnal ilmiah, skripsi, atau karya ilmiah lainnya.

3) Tahap Pasca Research

Setelah peneliti mendapatkan informasi, dan bahan telah dianalisis, tahap selanjutnya peneliti membuat laporan dari hasil penelitian. Laporan tersebut selanjutnya diserahkan pada dosen pembimbing untuk direvisi dan dikoreksi jika ada kekurangan dan kesalahan sehingga perlu direvisi untuk perbaikan hasil penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sistem *Affiliate Marketing* Dalam Tiktok

1. Pengertian TikTok

TikTok adalah salah satu *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit, didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. Awalnya, TikTok tidak diluncurkan dengan nama tersebut. Pada bulan September 2016, ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di China, meluncurkan aplikasi video pendek bernama Douyin. Dalam waktu satu tahun, Douyin berhasil mencapai 100 juta pengguna dengan 1 miliar tayangan video setiap harinya. Karena kepopulerannya yang meningkat pesat, ByteDance memutuskan untuk memperluas jangkauan Douyin ke luar China dengan nama baru, yaitu TikTok.⁵⁴

TikTok memiliki misi untuk menangkap momen-momen berharga dari seluruh penjuru dunia melalui smartphone dan menampilkan kreativitas masing-masing penggunanya. TikTok memungkinkan penggunanya menjadi konten kreator melalui aplikasinya yang menawarkan kesederhanaan dan kemudahan. Hal inilah yang membuat TikTok lebih menarik dibandingkan dengan para pesaingnya.

⁵⁴ Daniel Susanto, "Model Aisias Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee", (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2021), 45.

Pada akhir tahun 2017, ByteDance mengakuisisi Musical.ly dan menggabungkannya dengan TikTok untuk memperluas jangkauan mereka di ranah internasional. Sebelum TikTok menjadi populer di seluruh dunia, Musical.ly adalah aplikasi berbagi video pendek yang mendominasi, terutama di Amerika Serikat. Pada awal penggabungan dan peluncuran global, popularitas TikTok meningkat dengan pesat, khususnya di Thailand dan Jepang. TikTok juga sempat viral di Indonesia pada tahun 2018, namun Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir aplikasi ini karena dianggap tidak mendidik. Pada tahun 2020, TikTok kembali populer di Indonesia dan digemari berbagai kalangan masyarakat, termasuk artis, pejabat, dan berbagai public figure lainnya.⁵⁵

TikTok juga menawarkan efek spesial yang unik dan menarik, serta dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah untuk membuat video pendek yang kreatif. Video-video ini bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Hasil dari video tersebut dapat dibagikan ke teman-teman di media sosial atau kepada pengguna TikTok lainnya. Aplikasi ini menyediakan beragam dukungan musik, sehingga penggunanya dapat membuat konten berupa tarian, gaya bebas, video unik, dan lainnya, yang pada akhirnya dapat mendorong kreativitas mereka untuk menjadi konten kreator atau yang biasa disebut sebagai TikTokers.

TikTokers adalah individu yang menciptakan konten video unik di TikTok dan menjadi dikenal karena kreativitasnya, sehingga mereka dapat

⁵⁵ Daniel Susanto, "Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee", (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2021), 46.

memperoleh banyak pengikut dan terkenal berkat video-video inspiratif dan menarik yang mereka buat.⁵⁶ TikTok memungkinkan penggunanya membuat video musik pendek sesuai kreativitas mereka sendiri. Selain itu, aplikasi ini juga bisa menjadi sumber informasi, seperti mendapatkan pengetahuan dari video edukatif, maupun sebagai sarana hiburan bagi penonton yang mungkin sedang mengalami stress.

Di dalam aplikasi TikTok, terdapat istilah yang sering digunakan oleh para TikTokers, yaitu FYP (For You Page). FYP merujuk pada halaman utama TikTok yang menampilkan konten yang direkomendasikan saat pertama kali membuka aplikasi, dengan video yang ditandai sebagai FYP. Keunikan TikTok dibandingkan dengan media sosial lainnya terletak pada berbagai fitur yang ditawarkannya. Salah satu fitur unggulannya adalah special effects seperti efek shaking dan shivering yang digunakan untuk menciptakan video menarik. Selain itu, TikTok juga menyediakan fitur background music dari berbagai artis terkenal di seluruh dunia. Pengguna juga dapat menggunakan fitur efek wajah yang memungkinkan mereka membuat video dengan berbagai tampilan wajah unik, mulai dari lucu, seram, sedih, marah, dan lainnya.⁵⁷

⁵⁶ Armylia Malimbe, Fonny Waani, Evie A.A. Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado", *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 1, No. 1, (2021), 4.

⁵⁷ Ade Rosdiana, Nurnazmi, "Dampak Aplikasi TikTok dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima", *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol. 4, No. 1, (Juni 2021), 1.

2. *Affiliate Marketing* Dalam Platform TikTok

Sebagai *platform* media sosial berbagi video pendek yang sangat populer di dunia, TikTok terus berinovasi. Salah satu inovasi tersebut adalah dengan meluncurkan program TikTok *Affiliate marketing*. Sistem *Affiliate Marketing* melibatkan promosi atau rekomendasi produk dari pihak lain, baik itu perusahaan atau individu.

Setidaknya terdapat tiga komponen yang terlibat dalam sistem *Affiliate marketing*, yaitu *merchant* (pedagang), *Affiliator* (orang yang melakukan sistem afiliasi) dan pembeli (konsumen). Sistem *affiliate* merupakan sistem pemasaran dari pihak ketiga dengan hanya menawarkan barang melalui sosial media kepada para pengguna sosial media itu sendiri. Jika ada dari para pengguna sosial media itu berminat dengan produk yang kita pasarkan dan membelinya melalui link yang sudah kita bagikan maka kemudian kita akan mendapatkan komisi dari *platform e-commerce* yang menjual produk/barang tersebut. Tiktok *affiliate* merupakan program yang dikeluarkan oleh Tiktok untuk menghubungkan antara konten kreator dan penjual (*seller*) dengan tujuan untuk saling menguntungkan.

Bagi penjual, program ini dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan produk dan berkolaborasi dengan kreator. Sementara bagi *kreator (affiliator)*, program ini bisa dijadikan tambahan pemasukan atau *passive income*, bahkan bisa menjadi sumber utama pemasukan jika ditekuni dengan serius, untuk mengikuti program ini,

kreator (affiliator) akan mencantumkan link produk pada konten video yang dibuat atau melakukan promosi melalui live streaming.

Melalui program *affiliate* ini, para *influencer* TikTok dapat membagikan tautan yang mengarah ke produk tertentu. Produk tersebut kemudian dapat dibeli oleh para pengikut mereka, dan setiap kali ada pembelian melalui tautan yang dibagikan, influencer akan menerima komisi. Program ini sangat menarik, sehingga banyak influencer TikTok yang berpartisipasi. TikTok *Affiliate* kini menjadi salah satu cara mudah untuk mendapatkan penghasilan tambahan, yang bisa dilakukan dari rumah. Sejak menjadi tren global dan populer di berbagai kalangan, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media sosial untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai *platform* untuk pemasaran dan memperoleh pendapatan.

Dengan menggunakan TikTok, konten kreator dapat berbagi konten yang menarik sekaligus beriklan melalui TikTok Ads dan memperoleh komisi dari TikTok *Affiliate*. Sama seperti program afiliasi di Shopee, TikTok juga menghadirkan program yang memungkinkan penggunanya berkolaborasi dengan penjual (*seller*), sehingga mereka bisa mendapatkan penghasilan tambahan.

Prosedur Pendaftaran TikTok Affiliate (Terbaru):

1. Buka aplikasi TikTok dan akses halaman profil.
2. Pilih ikon titik tiga di sudut kanan atas layar.
3. Pilih menu "TikTok Studio".

4. Gulir ke bawah hingga menemukan bagian "Monetisasi".
5. Pilih opsi "*Tiktok shop* for Creator".
6. Jika Anda memenuhi persyaratan, ikuti petunjuk pendaftaran yang tersedia.

Persyaratan Pendaftaran TikTok Affiliate:

1. Memiliki akun yang mematuhi Pedoman Komunitas TikTok.
2. Berusia minimal 18 tahun.
3. Memiliki minimal 600 pengikut.
4. Aktif mengunggah konten video di TikTok dalam 28 hari terakhir.

Berkat kemampuannya dalam menampilkan video pendek dan streaming langsung, konten video, terutama iklan, dapat dengan mudah disiarkan kepada sebagian besar pengguna TikTok. Promosi video produk melalui media sosial juga memiliki risiko kerugian yang signifikan. Salah satu masalah utama adalah pihak-pihak lain dapat dengan mudah mengambil video hasil karya yang dihasilkan dan diunggah oleh *affiliator*, kemudian mengunduh dan mengunggahnya kembali tanpa izin untuk tujuan komersial. *Affiliator* sebagai pembuat atau pemilik video sengaja membuat konten tersebut untuk mempromosikan suatu produk dengan harapan mendapatkan keuntungan ekonomi. Namun, pihak lain secara "*ilegal*" memanfaatkan video promosi tersebut untuk meraih keuntungan ekonomi tanpa hak. Selain itu, untuk menghasilkan video produk yang

berkualitas, diperlukan pengorbanan biaya, waktu, tenaga, serta keahlian dalam fotografi dan sinematografi.⁵⁸

Dapat disimpulkan bahwa sistem *affiliate* pada aplikasi Tiktok yaitu program yang dikeluarkan oleh Tiktok untuk menghubungkan antara konten kreator dan penjual (*seller*) dengan tujuan untuk saling menguntungkan melalui sistem *affiliate*. Para *affiliate* (*affiliator*) bisa menawarkan produk atau barang melalui akun Tiktok mereka yang sudah ditautkan dengan *Tiktok shop*. Para *affiliate* dalam menawarkan produk atau barang pada aplikasi Tiktok bisa melalui konten video maupun *live streaming*. Jika terjadi penjualan pada link produk yang tercantum pada video konten maka Para *affiliate* akan mendapatkan komisi dari pihak *seller*

3. *Affiliate Marketing* perspektif Hukum Perdata

Sistem *Affiliate Marketing* dalam perspektif hukum perdata dapat dikategorikan sebagai suatu bentuk perjanjian kerja sama komersial yang mengikat secara hukum antara pihak prinsipal (*merchant*) dan mitra afiliasi, yang mengacu pada ketentuan-ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya pada bab tentang perikatan dan perjanjian. Konstruksi hukum *Affiliate Marketing* memenuhi unsur-unsur perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1313 KUHPer, yakni suatu perbuatan hukum yang menimbulkan perikatan timbal balik antara dua pihak, di mana pihak prinsipal memberikan komisi atau imbalan kepada

⁵⁸ Oriza Sekar Arum, "Problematika dalam Perlindungan Hak Cipta atas Foto Produk Digital pada Media Sosial Instagram", *Jurnal Privat Law*, Vol. 9 No. 2 (2021), 272.

mitra afiliasi atas setiap transaksi atau leads yang berhasil dihasilkan. Perjanjian *Affiliate Marketing* pada hakikatnya merupakan perjanjian tidak bernama (*onbenoemde overeenkomst*) yang memiliki karakteristik campuran dari beberapa jenis perjanjian, seperti perjanjian pemberian kuasa, perjanjian komisi, dan perjanjian kerja sama pemasaran, yang secara fundamental dilandasi oleh asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHP. Keabsahan perjanjian ini ditentukan oleh terpenuhinya syarat-syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan, kecakapan bertindak, hal tertentu, dan causa yang halal, yang menjamin perlindungan hukum bagi para pihak serta mencegah potensi sengketa yang mungkin timbul dalam pelaksanaan kerja sama *affiliate marketing*.

Dalam penelitian ini, penulis menemukan kasus nyata pelanggaran hak kekayaan intelektual pada karya sinematografi yang melibatkan seorang *afilior* bernama @hodi*****ta. Pemilik akun tersebut adalah seorang *afilior* yang gemar membuat karya sinematografi untuk mempromosikan berbagai produk. Dengan karya videonya, *afilior* ini menarik perhatian pembeli, yang kemudian bisa membeli produk melalui fitur "keranjang kuning" di konten video yang ia tautkan. Ketika pengguna mengklik "keranjang kuning" dan melakukan pembelian, *afilior* seperti @hodi*****ta mendapatkan komisi dari setiap transaksi yang dilakukan melalui *Tiktok shop*. Namun, pelanggaran hak cipta dapat terjadi jika video yang ia buat digunakan tanpa izin oleh pihak lain untuk

tujuan komersial, sehingga mengakibatkan kerugian bagi *affiliator* @hodi*****ta yang seharusnya menerima keuntungan dari hasil karyanya.⁵⁹

Affiliator @hodi*****ta mendapati bahwa video promosi produk yang ia buat telah diambil secara *ilegal* oleh Pihak-pihak dengan tindakan tidak bertanggung jawab. Video tersebut kemudian diunggah ulang di *platform e-commerce* Shopee, tanpa izin, untuk kepentingan komersial. Pihak yang tidak bertanggung jawab menggunakan video promosi @hodi*****ta untuk menarik konsumen dengan menautkan produk melalui fitur "keranjang kuning" di akun Shopee miliknya. Setiap kali produk dibeli melalui tautan tersebut, pihak tersebut mendapatkan komisi. Hal ini menyebabkan @hodi*****ta merasa dirugikan, baik dari segi materi maupun reputasi, karena video promosi miliknya digunakan tanpa persetujuan untuk kepentingan komersial, baik dalam bentuk elektronik maupun non-elektronik, yang melanggar hak ciptanya.

Kemudian *affiliator* @hodi*****ta telah mencoba menghubungi salah satu pihak yang menggunakan videonya secara ilegal untuk menyelesaikan masalah ini secara baik-baik. Namun, upaya tersebut tidak mendapatkan tanggapan yang memadai, sehingga menimbulkan rasa frustrasi dan ketidakpuasan bagi @hodi*****ta, karena merasa tidak mendapatkan tanggapan yang memadai dari pihak yang bersangkutan, @hodi*****ta akhirnya memutuskan untuk mengunggah kasus yang

⁵⁹ @hodi*****ta, "why", TikTok, available at : <https://www.tiktok.com/@hodiucchata/video/7260907887529037061>, (Diakses 13 september 2024, pukul 22:43).

dialaminya ke *platform* TikTok. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk menyadarkan publik akan pentingnya menghormati hak cipta dan untuk mencegah pihak lain melakukan hal serupa, yaitu mengambil video *affiliator* tanpa izin untuk kepentingan pribadi atau komersial. Dengan mengangkat kasus tersebut ke ranah publik, @hodi*****ta berharap agar tidak ada lagi *affiliator* lain yang mengalami kerugian serupa akibat tindakan *illegal* tersebut.

B. Akibat Hukum Bagi Pihak Yang Menggunakan Video Pemasaran Produk Tanpa Izin Dari Affiiator Dalam Platform TikTok

Perkembangan teknologi informasi, terutama di bidang internet, telah mengalami kemajuan pesat di era modern ini dan memberikan pengaruh besar terhadap berbagai aspek hukum, salah satunya yang berkaitan dengan hak cipta. Hak cipta merupakan salah satu elemen dari hak kekayaan intelektual dengan cakupan perlindungan objek yang sangat luas. Hak cipta memberikan hak eksklusif kepada pencipta, yang muncul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah karyanya diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa mengurangi pembatasan yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan yang berlaku.⁶⁰

Permasalahan terkait hak cipta dalam bidang sinematografi di Indonesia terus berkembang, meskipun telah diberlakukan Undang-Undang Hak Cipta. Undang-undang tersebut belum sepenuhnya menjamin perlindungan hak-hak

⁶⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia , Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 1 ayat 1.

pencipta. Banyak pelanggaran hak cipta yang terjadi, sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai hukum kekayaan intelektual, khususnya hak cipta, serta rendahnya kesadaran masyarakat akan hak-hak yang dilindungi oleh hukum. Hal ini terutama berlaku dalam bidang sinematografi, yang telah diatur dalam Pasal 40 ayat (1) huruf m Undang-Undang Hak Cipta, yang memberikan perlindungan hukum bagi karya seni sinematografi.⁶¹

Tindakan mengambil dan mengunggah video promosi produk tanpa izin dari *affiliator* sebagai pencipta atau pemegang hak cipta untuk kepentingan komersial di media sosial merupakan pelanggaran terhadap hak cipta atas karya sinematografi. Hal ini melanggar baik hak moral maupun hak ekonomi yang dimiliki oleh pencipta. Hak moral berkaitan dengan penghargaan atas reputasi pencipta, sementara hak ekonomi melibatkan manfaat finansial yang berhak diterima pencipta atas karya yang mereka buat. Terdapat beberapa faktor yang memicu terjadinya pelanggaran terhadap Hak Cipta. Faktor-faktor tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Faktor untuk Mendapatkan Keuntungan Finansial

Praktik mengunggah ulang konten tanpa izin sering kali dilakukan dengan tujuan memperoleh penghasilan secara cepat dan mudah. Konten yang telah populer atau viral memiliki daya tarik tersendiri untuk mendapatkan banyak tontonan dan interaksi. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak berwenang untuk

⁶¹ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Bandung: Sinar Grafika, 2003), 74.

menghasilkan pendapatan melalui iklan, sponsor, atau monetisasi *platform* lainnya, tanpa memberikan hak atau keuntungan kepada pencipta asli karya tersebut.

Menurut hasil wawancara yang dikutip dalam jurnal yang ditulis oleh Naila Fadhila dan Khairani Arifin, dengan salah satu responden yang merupakan pelaku re-upload konten tanpa izin dengan pemilik akun @r***n*yf***a, responden tersebut mengungkapkan bahwa mengunggah ulang konten dari kreator terkenal dapat menarik banyak views dan memberikan keuntungan. Salah satunya adalah produk yang dipromosikan dalam video akan terjual lebih cepat.

Praktik ini sering dilakukan dengan cara men-download video viral, kemudian mengeditnya, termasuk menghapus watermark pemilik asli, sehingga pelanggaran hak cipta tersebut tidak terdeteksi di aplikasi TikTok.⁶²

Dalam kasus di atas, pelaku praktik re-upload tidak perlu mengeluarkan biaya produksi untuk menciptakan konten baru. Mereka hanya perlu mengunduh konten yang sudah ada dan mengunggahnya kembali tanpa izin. Praktik ini mengurangi biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat konten orisinal. Pelanggaran hak cipta, khususnya dalam bentuk re-upload konten TikTok, sering kali didorong oleh faktor ekonomi. Hal ini muncul

⁶² Naila Fadhila, Khairani Arifin, “Perlindungan Hukum Bagi Content Creator Tiktok Terhadap Praktik Re-Upload Konten Tanpa Izin Untuk Tujuan Komersil (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)”, *Jim Bidang Hukum Keperdataan*: Vol. 8, No.2, (Mei 2024), 402.

dari keinginan untuk meningkatkan taraf hidup dan memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan cara yang lebih cepat dan mudah.

Salah satu responden yang juga hasil wawancara yang dikutip dalam jurnal yang ditulis oleh Naila Fadhila dan Khairani Arifin, seorang content creator dengan akun @d*****r_, menyatakan bahwa banyaknya praktik re-upload konten tanpa izin disebabkan oleh kemudahannya dan waktu yang singkat untuk melakukannya.⁶³ Berbeda dengan pencipta asli yang memerlukan waktu lama untuk membuat satu konten, pelaku re-upload hanya perlu memilih konten menarik atau isu viral untuk diunggah ulang. Hal ini bertujuan untuk menambah followers, yang kemudian dapat mendatangkan endorsement atau keuntungan lainnya.

Lebih lanjut, Naila Fadhila dan Khairani Arifin juga mewawancarai pelaku re-upload konten tanpa izin dengan pemilik akun @M_s*c**e. Responden tersebut mengungkapkan bahwa praktik re-upload konten sangat menguntungkan, terutama jika sudah memiliki banyak pengikut.⁶⁴ Sebagai individu yang belum memiliki penghasilan tetap, tindakan ini dianggap sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pendapatan yang diperoleh dari re-upload konten dapat bervariasi, tergantung pada jumlah orang yang

⁶³ Naila Fadhila, Khairani Arifin, “Perlindungan Hukum Bagi Content Creator Tiktok Terhadap Praktik Re-Upload Konten Tanpa Izin Untuk Tujuan Komersil (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)”, *Jim Bidang Hukum Keperdataan*: Vol. 8, No.2, (Mei 2024), 403.

⁶⁴ Naila Fadhila, Khairani Arifin, “Perlindungan Hukum Bagi Content Creator Tiktok Terhadap Praktik Re-Upload Konten Tanpa Izin Untuk Tujuan Komersil (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)”, *Jim Bidang Hukum Keperdataan*: Vol. 8, No.2, (Mei 2024), 403.

tertarik untuk mengklik produk yang disematkan melalui link, serta dari kerja sama seperti paid promote atau endorsement. Biasanya, penghasilan dari praktik ini berkisar antara Rp 1.000.000 (satu juta rupiah) hingga Rp 5.000.000 (lima juta rupiah) per bulan, tergantung pada popularitas konten dan jumlah pengikut yang dimiliki.

Pelanggaran hak cipta dapat memberikan keuntungan finansial yang besar bagi pelaku dengan usaha yang sedikit. Karena mereka yang mendistribusikan ulang konten tanpa izin tidak perlu menanggung biaya produksi, keuntungan yang diperoleh secara ilegal sering kali lebih besar dibandingkan dengan yang didapatkan melalui cara yang sah.

2. Faktor Lemahnya Penerapan Sanksi

Lemahnya penerapan hukuman untuk tindakan mengupload kembali konten milik orang lain tanpa izin untuk tujuan komersial, disebabkan oleh beberapa masalah dalam sistem dan pelaksanaan penegakan hukum:

- 1) Kompleksitas sistem hukum digital sering kali mempersulit pelacakan dan identifikasi pelaku pelanggaran hak cipta di *platform* online. Dengan semakin berkembangnya teknologi, berbagai celah dimanfaatkan untuk melakukan re-upload konten tanpa izin, khususnya di *platform* yang memiliki mekanisme moderasi terbatas.

2) Kurangnya edukasi dan kesadaran hukum di kalangan masyarakat digital juga berperan penting. Banyak pengguna *platform* e-commerce dan media sosial yang tidak memahami atau tidak menyadari implikasi hukum dari tindakan mereka, sehingga re-upload konten dianggap sebagai hal biasa. Di sisi lain, minimnya upaya dari pihak berwenang atau *platform* untuk memberikan informasi dan edukasi hukum juga membuat perilaku ini terus berulang.

3) Rendahnya efek jera dari sanksi yang ada. Dalam banyak kasus, sanksi yang diberikan hanya berupa penghapusan

konten tanpa adanya tindakan lebih lanjut yang signifikan, sehingga tidak memberikan efek jera yang cukup.

Akibatnya, pelaku re-upload merasa tidak ada risiko besar yang dihadapi jika mereka terus melakukan pelanggaran hak cipta untuk keuntungan komersial.⁶⁵

4) lemahnya koordinasi antara pihak yang terlibat, seperti pemerintah, pemilik hak cipta, *platform* digital, dan masyarakat, mengakibatkan respons terhadap pelanggaran ini tidak terkoordinasi dengan baik. Kurangnya kerjasama dalam membangun sistem yang memungkinkan pemilik hak cipta melaporkan pelanggaran dan mendapatkan

⁶⁵ Risky Tara Nabita Sari, Windra Hilmi Nazhip, Ghifari Vioga Batubara, Ridha Wahyuni, "Perlindungan Konten Kreator Terhadap Konten Reupload Perspektif Hak Cipta", *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3, No. 6, (2023), 5.

perlindungan efektif, turut memperparah praktik re-upload konten tanpa izin.

3. Faktor Kurangnya Menghargai Karya Cipta

Banyak individu maupun pelaku bisnis di dunia digital yang tidak memahami atau mengabaikan nilai dari suatu karya yang dihasilkan oleh pihak lain. Sikap ini berakar dari rendahnya apresiasi terhadap proses kreatif yang dilalui dalam pembuatan suatu konten, yang tidak jarang melibatkan waktu, tenaga, serta ide orisinal.

Di sisi lain, masyarakat sering kali melihat konten digital sebagai sesuatu yang mudah diakses dan bebas untuk digunakan

kembali. Pola pikir ini didorong oleh persepsi bahwa konten yang ada di internet adalah milik publik dan dapat digunakan secara bebas, tanpa memikirkan aspek kepemilikan atau hak cipta.

Kurangnya pemahaman tentang hak cipta juga menyebabkan banyak pengguna tidak menyadari bahwa tindakan re-upload tanpa izin adalah bentuk pelanggaran hukum yang berdampak pada pencipta karya.⁶⁶

Selain itu, lemahnya edukasi mengenai pentingnya menghargai karya cipta turut memperburuk kondisi ini. Banyak *platform* digital belum memberikan informasi yang cukup tentang hak cipta atau membimbing pengguna untuk menghargai konten milik orang lain.

Akibatnya, nilai karya sebagai aset intelektual sering kali diabaikan,

⁶⁶ Risky Tara Nabita Sari, Windra Hilmi Nazhip, Ghifari Vioga Batubara, Ridha Wahyuni, "Perlindungan Konten Kreator Terhadap Konten Reupload Perspektif Hak Cipta", *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3, No. 6, (2023), 7.

dan pengguna merasa tidak bersalah melakukan re-upload karena kurangnya pemahaman mengenai konsekuensi hukum dan moral dari tindakan tersebut.

Kurangnya penghargaan terhadap karya cipta juga berhubungan dengan rendahnya apresiasi terhadap profesi kreatif. Banyak orang menganggap konten digital tidak memiliki nilai ekonomi yang nyata, padahal bagi kreator, konten tersebut merupakan sumber pendapatan utama. Praktik re-upload tanpa izin dapat merugikan pencipta karya secara finansial dan mengurangi insentif bagi mereka untuk terus berkarya. Tanpa adanya pemahaman dan penghargaan yang kuat terhadap nilai dari suatu karya cipta, praktik pelanggaran ini akan terus berlangsung dan sulit untuk ditekan.

4. Faktor Teknologi

Menurut hasil wawancara yang dikutip dalam jurnal yang ditulis oleh Naila Fadhila dan Khairani Arifin, salah satu responden, yaitu pelaku tindakan re-upload konten dengan pemilik akun @M_s*c**e, menjelaskan bahwa dirinya belajar melakukan re-upload konten TikTok dari tutorial youtube, di mana terdapat cara mengunduh, mengedit, serta menghilangkan watermark video agar ketika video tersebut di upload pada *platform* TikTok tidak terdeteksi melakukan pelanggaran.⁶⁷

⁶⁷ Naila Fadhila, Khairani Arifin, “Perlindungan Hukum Bagi Content Creator Tiktok Terhadap Praktik Re-Upload Konten Tanpa Izin Untuk Tujuan Komersil (Suatu Penelitian di Wilayah Kota Banda Aceh)”, *JIM Bidang Hukum Keperdataan*: Vol. 8, No.2, (Mei 2024), 406.

Dari pernyataan responden di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan teknologi digital telah mengubah cara kita mengakses dan berbagi konten dengan cara yang tidak benar. Akses mudah ke internet dan berbagai *platform* media sosial membuat orang dapat dengan mudah mengunduh dan melakukan tindakan re-upload konten tanpa izin. Budaya konsumsi konten telah berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial. Orang-orang lebih tertarik untuk mengonsumsi konten yang sudah populer atau viral, dan praktik re-upload memberikan akses cepat kepada konten semacam itu. Kesadaran akan hak cipta dan etika digital tidak selalu tersebar luas di masyarakat. Banyak orang tidak menyadari bahwa re-upload konten tanpa izin adalah pelanggaran hak cipta atau melanggar etika digital.

Pengambilan video tanpa izin dapat menimbulkan konsekuensi hukum yang signifikan berdasarkan berbagai instrumen hukum. Berikut adalah akibat hukum bagi pihak yang mengambil video tanpa izin berdasarkan beberapa peraturan perundang-undangan:

1. Perspektif Undang-Undang Hak Cipta

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-undang Hak Cipta pasal 40 ayat (1) huruf m, video produk masuk dalam kategori karya sinematografi yang dilindungi secara hukum. Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi,

keterampilan atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.⁶⁸ Sementara itu, yang dimaksud karya sinematografi merupakan metode atau cara menghasilkan karya audio visual atau gambar bergerak dari suatu objek maupun subjek yang direkam menggunakan kamera video atau perangkat perekam lainnya.⁶⁹ Dengan demikian suatu karya sinematografi yang dihasilkan menggunakan kamera video untuk membuat suatu video produk dan diunggah untuk dipromosikan kembali merupakan suatu ciptaan yang dilindungi karena karya sinematografi tersebut dihasilkan setidaknya atas dasar kemampuan atau keahlian dari pencipta/pemilik video tersebut.

Pihak lain yang mengambil video promosi produk milik *affiliator* tanpa izin untuk kepentingan komersial secara tidak langsung telah melanggar hak moral dan hak ekonomi. Pelanggaran hak moral ini diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta karena tindakan tersebut telah mendistorsi hak moral dari pemegang hak cipta serta orang yang ada dalam video tersebut.⁷⁰ Penggunaan video tanpa izin telah mengesampingkan pengakuan atas diri pencipta yang melekat pada diri pencipta. Sifat dari hak moral yang melekat dengan penciptanya, mengharuskan dimanapun ciptaan dipergunakan dan oleh siapapun, sudah

⁶⁸ Nadia Intan Rahmahafida, Whitney Brigitta Sinaga, “Analisis Problematika Lukisan Ciptaan Artificial Intelligence Menurut Undang-Undang Hak Cipta”, *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4, No. 6, (2022), 9690.

⁶⁹ Wikipedia, <https://id.wikipedia.org/wiki/Sinematografi>. Diakses pukul 4.02. pada tanggal 29 oktober 2024.

⁷⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 5 ayat 1.

menjadi kewajiban dari pengguna untuk selalu mencantumkan nama pencipta atau sumber ciptaan tersebut diambil.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) juga telah mengatur secara komprehensif atau menyeluruh mengenai perlindungan hak cipta atas karya sinematografi. Berdasarkan Pasal 12 ayat 1 UUHC, diatur secara tegas bahwa:

"Setiap orang dilarang melakukan Penggunaan Secara Komersial, Penggandaan, Pengumuman, Pendistribusian, dan/atau Komunikasi atas potret yang dibuatnya guna kepentingan reklame atau periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari pencipta atau ahli warisnya."⁷¹

Ketentuan ini kemudian diperkuat dengan pengaturan lebih lanjut dalam Pasal 20 hingga Pasal 23 UUHC yang secara spesifik mengatur tentang pembatasan-pembatasan dalam penggunaan karya sinematografi secara komersial. Lebih lanjut, UUHC memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap karya sinematografi melalui beberapa ketentuan penting. Pertama, video secara eksplisit dilindungi sebagai karya sinematografi sebagaimana diatur dalam Pasal 40 ayat 1 huruf m. Kedua, perlindungan hak cipta atas karya sinematografi diberikan dalam jangka waktu yang cukup panjang, yakni 50 tahun sejak pertama kali dilakukan Pengumuman sebagaimana diatur dalam Pasal 59 ayat 1. Ketiga, UUHC memberikan hak ekonomi yang luas kepada Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana tercantum dalam Pasal 9 ayat 1, yang meliputi hak

⁷¹ Sekretariat Negara Republik Indonesia , Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 12 ayat 1.

untuk melakukan penerbitan, penggandaan, penerjemahan, pengadaptasian, pendistribusian, pertunjukan, pengumuman, komunikasi, dan penyewaan ciptaan.

Dalam rangka menegakkan perlindungan tersebut, UUHC menetapkan bahwa setiap penggunaan video tanpa izin untuk kepentingan komersial dapat dikenakan sanksi, baik melalui jalur pidana maupun perdata. Hal ini menunjukkan kesungguhan pembuat undang-undang untuk memberikan perlindungan hukum yang cukup bagi pencipta karya sinematografi, sekaligus memberikan kepastian hukum dalam industri perfilman dan konten digital. Kerangka hukum ini menjadi semakin penting di era digital, di mana karya sinematografi dapat dengan mudah digandakan dan didistribusikan melalui berbagai *platform* media digital.⁷²

Kemudian Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) telah mengatur ketentuan pidana terkait pelanggaran tersebut dalam Pasal 113 ayat (3) yang menyatakan bahwa:

"Setiap Orang yang tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)."⁷³

⁷² Sebastian A. Lendeng, Karel Yossi Umboh, Dientje Rumimpunu, "Tinjauan Hukum Hak Cipta Dalam Bidang Karya Sinematografi Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Lex Privatum*, Vol. 9, No. 2, (2021), 171.

⁷³ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 113 ayat 3.

Pencipta/pemegang hak cipta video sesuai Pasal 99 ayat (3) UUHC dapat memohon kepada Pengadilan Niaga untuk melakukan:

1. Penyitaan terhadap:
 - Karya video yang melanggar hak cipta.
 - Peralatan yang digunakan untuk memperbanyak video tersebut.
2. Penghentian kegiatan:
 - Pengumuman.
 - Pendistribusian.
 - Penggandaan video yang merupakan hasil pelanggaran hak cipta.

Lebih lanjut, Pasal 120 UUHC mengatur mekanisme penuntutan atas pelanggaran tersebut yang menyatakan bahwa penuntutan pelanggaran Hak Cipta dilakukan atas pengaduan Pemegang Hak Cipta, serta untuk pelanggaran yang melibatkan hak moral Pencipta dilakukan atas pengaduan Pencipta atau ahli warisnya.

Berdasarkan Pasal 99 ayat (2) UUHC, ganti rugi dapat berbentuk pembayaran sejumlah uang tertentu yang sumbernya dari:

- a. Seluruh penghasilan yang diperoleh dari pelanggaran hak cipta, atau
- b. Sebagian penghasilan yang diperoleh dari pelanggaran hak cipta tersebut

Ketentuan dalam UUHC tersebut mencerminkan upaya menyeluruh dalam memberikan perlindungan hukum terhadap karya sinematografi di era digital. Perlindungan tersebut tidak hanya terbatas pada mekanisme

penyelesaian sengketa melalui gugatan perdata di Pengadilan Niaga, tetapi juga membuka peluang bagi pencipta atau pemegang hak cipta untuk menempuh jalur pidana.⁷⁴ Hal ini menunjukkan keseriusan pembentuk undang-undang dalam melindungi hak ekonomi pencipta, khususnya terkait hak penerjemahan, pengadaptasian, pertunjukan, dan komunikasi ciptaan. Perlindungan ganda melalui instrumen hukum perdata dan pidana ini diharapkan dapat memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pencipta karya sinematografi dalam mengeksploitasi karya mereka secara komersial.⁷⁵

Karakteristik khusus dari penegakan hukum pidana dalam kasus pelanggaran hak cipta karya sinematografi tercermin dalam Pasal 120 UUHC yang secara eksplisit menyatakan bahwa:

"Tindak Pidana sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini merupakan delik aduan".⁷⁶ Ketentuan ini memiliki implikasi signifikan dalam konteks perlindungan karya sinematografi di era digital. Dalam kasus pengambilan dan pengunggahan karya sinematografi untuk kepentingan promosi produk tanpa izin, pihak yang memegang hak cipta, dalam hal ini dapat berupa *production house* atau rumah produksi, sutradara, atau pemegang hak terkait lainnya, memiliki tanggung jawab

⁷⁴ Anas Tasya Anna Pasangka, Emma V. T. Senewe, Jeany Anita Kermite, "Perlindungan Hukum Terhadap Pencipta Karya Sinematografi Terkait Pembajakan Film Melalui Aplikasi Telegram", *Lex Administratum*, Vol. 11, No. 04, (Juni 2023), 5.

⁷⁵ Sebastian A. Lendeng, Karel Yossi Umboh, Dientje Rumimpunu, "Tinjauan Hukum Hak Cipta Dalam Bidang Karya Sinematografi Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Lex Privatum*, Vol. 9, No. 2, (2021), 173.

⁷⁶ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 120.

penuh atas karyanya dan memiliki hak untuk melaporkan pelanggaran tersebut kepada pihak berwajib.

Konstruksi hukum yang menetapkan pelanggaran hak cipta sebagai delik aduan mencerminkan prinsip bahwa perlindungan hak cipta pada dasarnya merupakan ranah privat, meskipun negara memberikan perangkat hukum pidana sebagai instrumen penegakannya.⁷⁷ Hal ini memberikan keleluasaan bagi pemegang hak cipta untuk mempertimbangkan apakah suatu pelanggaran perlu ditindaklanjuti melalui jalur pidana atau cukup diselesaikan melalui mekanisme perdata. Pendekatan ini sejalan dengan karakteristik industri kreatif, khususnya dalam bidang sinematografi, di mana pertimbangan bisnis dan reputasi seringkali menjadi faktor penting dalam penyelesaian sengketa hak cipta.

Tindakan pihak yang tanpa izin mengambil dan mengunggah video promosi produk untuk tujuan promosi komersial tanpa persetujuan dari pencipta atau pemegang hak cipta karya sinematografi tersebut merupakan bentuk pelanggaran hak cipta yang dapat dikenakan sanksi pidana. Hal ini didasarkan pada ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC), khususnya Pasal 9 ayat (1) yang mengatur tentang hak ekonomi pencipta. Pelanggaran tersebut dapat terjadi dalam dua bentuk: pertama, pelanggaran terhadap huruf b yaitu penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya, dan kedua, pelanggaran terhadap huruf g yaitu

⁷⁷ Siti Hatikasari, "Esensi Perlindungan Hukum Dalam Sistem First To Announce Atas Karya Cipta", *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, Vol. 27, No. 2, (Agustus 2018), 123.

pengumuman ciptaan, di mana kedua tindakan tersebut dilakukan untuk penggunaan secara komersial tanpa izin pemegang hak cipta.⁷⁸

2. Perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Berdasarkan sanksi hukumnya, pelanggaran terhadap karya video juga dapat dikaitkan dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hal ini dikarenakan UU ITE mengatur secara umum tentang informasi serta transaksi elektronik yang dilakukan di media digital, termasuk media sosial. Terdapat beberapa Pasal dalam UU ITE yang mengatur terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual, seperti Pasal 25, Pasal 32, dan Pasal 36.

Dalam Pasal 25 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, dijelaskan bahwa:⁷⁹

"Setiap informasi yang dilakukan melalui media sosial harus mempunyai persetujuan dari orang yang bersangkutan."

"Jika terjadi pelanggaran sehingga menimbulkan kerugian, maka orang yang dilanggar haknya tersebut dapat mengajukan suatu gugatan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku."

⁷⁸ Sekretariat Negara Republik Indonesia , Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Pasal 9 ayat 1.

⁷⁹ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 25.

Pasal ini mengatur tentang larangan mendistribusikan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik yang melanggar hak cipta dan bentuk sanksi pidana yang dapat diberikan kepada pelanggar. Kemudian, Pasal 32 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, dijelaskan bahwa:⁸⁰

"Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses, memanfaatkan, dan/atau mentransmisikan informasi elektronik atau dokumen elektronik yang mengandung muatan yang melanggar hak cipta, paten, merek, atau rahasia dagang yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan, dapat dikenakan sanksi pidana."

Pasal ini menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses, memanfaatkan, atau mendistribusikan informasi elektronik yang mengandung muatan yang melanggar hak cipta atau hak kekayaan intelektual lainnya, dapat dikenakan sanksi pidana. Sanksi yang dimaksud bisa berupa pidana penjara atau denda.

Selanjutnya dalam Pasal 36 UU ITE menegaskan bahwa perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1) yang dilakukan dengan sengaja dan dapat merugikan orang lain merupakan tindakan yang dilarang. Lebih lanjut, Pasal 25 ayat (1) dan (2) UU ITE menjelaskan bahwa setiap informasi yang dilakukan melalui media sosial harus

⁸⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Pasal 32 ayat 1.

mempunyai persetujuan dari orang yang bersangkutan. Apabila terjadi pelanggaran sehingga menimbulkan kerugian, maka orang yang dilanggar haknya tersebut dapat mengajukan suatu gugatan yang sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku.

Dengan demikian, pelaku pelanggaran hak cipta karya video di media sosial tidak hanya dapat dikenakan sanksi berdasarkan UUHC, tetapi juga dapat dikenakan sanksi berdasarkan UU ITE karena telah melanggar ketentuan-ketentuan yang diatur dalam undang-undang tersebut. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang lebih komprehensif bagi pencipta atau pemegang hak cipta karya video dalam lingkungan digital. Penting bagi kreator konten dan pengguna untuk membaca dan memahami secara teliti perjanjian penggunaan yang ada di TikTok sebelum melakukan aktivitas di *platform* tersebut. Dengan mematuhi perjanjian ini, TikTok berupaya memberikan pengalaman berbagi konten dan berinteraksi yang aman, nyaman, dan memuaskan bagi seluruh penggunanya.

Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagai payung hukum yang mengatur aktivitas digital. Sebagaimana dikemukakan oleh Wiradipradja dan Budhijanto, “Sistem informasi dan teknologinya telah digunakan di banyak sector kehidupan, mulai dari perdagangan/bisnis (*electronic commerce/ecommerce*) pendidikan (*electronic education*), kesehatan (*tele-medicine*), telekarya, transportasi, industri, pariwisata,

lingkungan sampai ke sector hiburan, bahkan sekarang timbul pula untuk bidang pemerintahan (*egovernment*)”⁸¹

Salah satu aspek penting yang diatur dalam UU ITE adalah ketentuan mengenai penyebaran konten digital, khususnya yang tercantum dalam Pasal 27 Ayat 3. Pasal ini secara tegas melarang pendistribusian atau penyebaran informasi dan dokumen elektronik tanpa persetujuan pemilik yang sah. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat mengakibatkan konsekuensi hukum yang serius, terutama jika dilakukan secara sengaja dan tanpa hak. Lebih lanjut, Pasal 45 Ayat 3 UU ITE memberikan sanksi tegas terhadap pelanggaran tersebut, dengan ancaman pidana penjara maksimal 6 tahun dan/atau denda hingga Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Dengan demikian, kebijakan TikTok yang merujuk pada UU ITE bertujuan memberikan kerangka hukum yang jelas dalam mengatur interaksi, pertukaran konten, dan perlindungan hak pengguna di *platform* media sosial. Hal ini menciptakan ekosistem digital yang bertanggung jawab, transparan, dan melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas berbagi konten secara daring.

3. Perspektif Peraturan Pemerintah Penyelenggara Sistem Elektronik (PP PSE)

Karya sinematografi digital seperti video promosi produk, dianggap sebagai dokumen elektronik dalam konteks hukum. Karena karya ini

⁸¹ S. Sukarmi dan Y. T. Permono, “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Secara Online,” *Jurnal Hukum*, vol. 35, no. 1, (Juni 2019), 77.

merupakan bagian dari komunikasi digital yang memanfaatkan sistem elektronik.⁸² Maka keberadaan dan penggunaannya diatur oleh undang-undang yang berlaku, salah satunya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSE). Berdasarkan ketentuan Pasal 3 PP PSE, terdapat ketentuan bahwa penyedia sistem elektronik, seperti *platform* e-commerce atau media sosial, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa sistem yang mereka operasikan berjalan dengan baik, andal, dan aman bagi pengguna. Namun, tanggung jawab ini terbatas dan tidak berlaku jika kerusakan atau penyalahgunaan terjadi karena keadaan di luar kendali penyedia sistem (seperti bencana alam), atau karena kesalahan atau kelalaian pengguna sistem itu sendiri.⁸³

Lebih lanjut, PP PSE mengatur mengenai konsekuensi hukum bagi Penyelenggara Sistem Elektronik lingkup privat yang tidak melaksanakan kewajiban. Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan, khususnya pada Pasal 2 ayat 2, dapat dikenakan berbagai sanksi administratif. Sanksi tersebut dimulai dari teguran tertulis, penghentian sementara kegiatan, hingga pencabutan Tanda Daftar PSE (TDPSE). Selain itu, PSE juga dapat dikenakan post audit serta tindakan khusus berdasarkan permohonan dari kementerian atau lembaga yang berwenang. Sanksi lebih lanjut dapat berupa pemutusan akses

⁸² Naufal Rafiif Septiawan, "Teknik Sinematografi Pada Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran", *Solidaritas: Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 8, No. 1, (Mei 2024), 5.

⁸³ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, pasal 3.

terhadap sistem elektronik (*access blocking*) yang pelaksanaannya diatur secara rinci melalui Peraturan Menteri terkait.⁸⁴

Ketentuan Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSE) mengatur secara rinci mengenai persyaratan operasional yang wajib dipenuhi oleh Penyelenggara Sistem Elektronik. Adapun persyaratan tersebut meliputi lima aspek utama:

4. Sistem elektronik harus memiliki kemampuan untuk menampilkan kembali informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik secara utuh sesuai dengan masa retensi yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

5. Sistem tersebut wajib memiliki kapabilitas dalam melindungi ketersediaan, keutuhan, keotentikan, kerahasiaan, dan keteraksesan informasi elektronik dalam penyelenggaraannya.

6. Perangkat digital perlu berfungsi mengikuti panduan dan tata cara yang sudah ditentukan.

7. Perangkat wajib memuat instruksi yang dipublikasikan dengan bahasa, keterangan, atau lambang yang mudah dimengerti oleh semua pihak yang menggunakan sistem digital tersebut.

⁸⁴ Kominfo, “Ragam Sanksi bagi Penyelenggara Sistem jika Langgar Ketentuan PSE Privat”, available at: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/05/ragam-sanksi-bagi-penyelenggara-sistem-jika-langgar-ketentuan-pse-privat/#:~:text=Kemudian%20bagi%20PSE%20yang%20telah,L%20yang%20mengajukan%2C%E2%80%9D%20infonya.&text=Para%20pembicara%20dalam%20Webinar%20Sosialisasi,memfasilitasi%20penyebaran%20konten%20yang%20dilarang>, (diakses pada 9 Januari 2025, pukul 13:16).

8. Perangkat harus dilengkapi sistem pembaruan yang kontinyu untuk memastikan kekinian, keakuratan, dan pertanggungjawaban dari setiap panduan atau instruksi

Lebih lanjut, Pasal 5 ayat (1) PP PSE memuat ketentuan yang mewajibkan Penyelenggara Sistem Elektronik untuk memastikan bahwa sistem elektroniknya tidak memuat informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang dilarang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kewajiban tersebut diperkuat dengan ketentuan Pasal 5 ayat (2) PP PSE yang mengatur bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik wajib memastikan sistemnya tidak memfasilitasi penyebaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan ketentuan Pasal 5 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSE), penyelenggara sistem elektronik memiliki kewajiban untuk memastikan sistem elektroniknya tidak memuat atau memfasilitasi penyebaran dokumen elektronik yang dilarang.

TikTok, sebagai penyelenggara sistem elektronik yang menyediakan *platform* berbagi video pendek, memiliki kewajiban untuk memastikan *platformnya* tidak memuat atau memfasilitasi penyebaran karya sinematografi yang digunakan tanpa izin pencipta dan/atau pemegang hak

cipta.⁸⁵ Kewajiban ini semakin penting karena karakteristik *platform* TikTok memungkinkan pengguna dengan mudah menggunakan, mengubah, dan membagikan konten video secara luas. Hal ini sejalan dengan ketentuan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang memberikan perlindungan terhadap karya sinematografi.

Platform TikTok telah memiliki mekanisme perlindungan hak cipta melalui fitur Digital Rights Management (DRM) dan sistem pelaporan pelanggaran hak cipta.⁸⁶ Kreator dapat mengajukan klaim hak cipta melalui prosedur resmi yang disediakan oleh *platform*, yang mencakup:

1. Proses verifikasi kepemilikan konten.
2. Mekanisme pengajuan komplain atas pelanggaran hak cipta.
3. Potensi sanksi berupa penghapusan konten atau pemblokiran akun.
4. Sistem pemberitahuan dan pertimbangan banding bagi pihak yang dituduh melakukan pelanggaran

Prosedur pelaporan pelanggaran hak kekayaan intelektual di TikTok telah dirancang secara sistematis melalui fitur yang terintegrasi dalam aplikasi. Mekanisme ini mencakup serangkaian tahapan yang meliputi identifikasi konten yang melanggar, pengajuan laporan melalui menu yang

⁸⁵ Chindy, “Tanggung Jawab Penyedia Konten Tiktok Atas Pengunggahan Film Bajakan Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Kasus: Pelanggaran Pemilik Hak Cipta Sinematografi)”, *Jurnal Hukum Statuta*, Vol. 2, No. 3, (Agustus 2023), 178.

⁸⁶ TikTok, <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright>. Diakses tanggal 8 november 2024, pukul 11.15.

tersedia, dan penyampaian dokumentasi pendukung yang diperlukan. Untuk melaporkan pelanggaran atas hak kekayaan intelektual di TikTok:⁸⁷

1. Di aplikasi TikTok, ketuk tombol Bagikan di samping video yang ingin di laporkan.
2. Ketuk Laporkan.
3. Ketuk Pelanggaran hak kekayaan intelektual.
4. Ketuk Laporan Pelanggaran Hak Cipta, lalu ikuti perintah yang disediakan.

Hal yang perlu ditekankan adalah bahwa pelapor harus memiliki legitimasi sebagai pemilik karya atau perwakilan resmi yang ditunjuk, serta wajib menyertakan bukti-bukti yang dapat dipertanggungjawabkan.

Platform ini juga memberikan perhatian khusus terhadap integritas sistem pelaporan dengan mencantumkan ketentuan tentang konsekuensi hukum bagi pelaporan yang bersifat menyesatkan atau tidak berdasar.

Dalam media sosial seperti TikTok, apabila telah terjadi pelanggaran hak cipta terhadap karya sinematografi, maka *platform* dapat memberikan sanksi dengan cara menghapus atau memblokir akun media sosial yang mengunggah karya video promosi produk yang dikomersialisasikan tanpa izin pencipta/pemegang hak cipta. Namun, hal ini tidak berlaku apabila pencipta/pemegang hak cipta tersebut tidak melakukan pengaduan resmi kepada pihak *platform* tentang adanya pelanggaran hak cipta.

⁸⁷ TikTok, <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright>. Diakses tanggal 8 november 2024, pukul 11.18.

Hak moral kreator TikTok tetap dijamin oleh *platform* TikTok dengan selalu mencantumkan nama kreator sebagai pencipta video tersebut. Selain itu, dalam ketentuan layanan TikTok, ditegaskan pula bahwa perjanjian tersebut mencakup perjanjian lisensi. Dalam perspektif Undang-Undang Hak Cipta (UUHC), lisensi secara eksplisit didefinisikan dalam Pasal 1 angka 20 UUHC sebagai “izin tertulis yang diberikan oleh pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait kepada pihak lain untuk melaksanakan hak ekonomi atas ciptaan atau produk hak terkait dengan syarat tertentu”. Secara sederhana, lisensi berarti izin tertulis yang diberikan kepada pihak lain untuk menggunakan hak ekonomi atas suatu karya atau produk dengan ketentuan tertentu.⁸⁸

TikTok memiliki kebijakan untuk menanggapi perlindungan Kekayaan Intelektual dengan serius dan tidak akan membiarkan penyalahgunaan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual dengan cara apa pun. Terkait dengan perlindungan hak kekayaan intelektual, TikTok secara tegas menyatakan dalam pusat bantuan resminya bahwa:

"Ketentuan Layanan dan Panduan Komunitas kami tidak mengizinkan pengiriman, pembagian, atau pengiriman konten apa pun yang melanggar atau menyalahi hak cipta, merek dagang, atau hak kekayaan intelektual (HKI) pihak lain. Pelanggaran ini termasuk penggunaan konten berhak cipta milik orang lain tanpa otorisasi yang tepat atau alasan yang sah

⁸⁸ Paramarta, I. Gusti Bagus Arya Anggara, Ida Bagus Wyasa Putra, Sri Utari, and Ni Ketut. "Akibat Hukum Perjanjian Lisensi Terhadap Pihak Ketiga." *Acta Comitas* 2, (2017), 78.

secara hukum. Dalam keadaan tertentu, Anda mungkin diizinkan secara hukum untuk menggunakan konten berhak cipta milik orang lain tanpa izinnya. Hal ini termasuk penggunaan yang wajar dan pengecualian terhadap hak cipta, seperti kutipan, kritik, dan/atau ulasan konten berhak cipta.”⁸⁹

Tujuan utama dari kebijakan ini adalah menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan menghormati hak kekayaan intelektual dari setiap pihak yang terlibat dalam *platform*. Hanya pemilik hak cipta, pemilik merek dagang, pemilik paten, atau perwakilan resmi yang sah secara hukum yang dapat melaporkan daftar produk yang melanggar hak kekayaan intelektual (HAKI). Untuk melaporkan seseorang yang melanggar hak kekayaan intelektual (HAKI), diperlukan pengajuan kasus melalui portal khusus agar tim *platform* dapat menyelidiki lebih lanjut.

Dalam konteks *Tiktok shop*, kreator atau pemilik hak cipta dapat melaporkan pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) melalui *Intellectual Property Protection Portal*. Portal ini merupakan *platform* milik *Tiktok shop* yang bertujuan untuk melindungi kepentingan pemilik konten dan mempertahankan *platform* sebagai ruang digital yang aman dan adil untuk semua pengguna.

⁸⁹ TikTok Help Center, "Intellectual Property Policy", <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright#3>, diakses pada tanggal 11 november 2024 pukul 1:56.

Mekanisme pelaporan pelanggaran HAKI di *Tiktok shop* mencakup beberapa tahapan penting:⁹⁰

1. Identifikasi Pelanggaran

Kreator/pemilik hak dapat mengidentifikasi konten atau produk yang diduga melanggar hak kekayaan intelektualnya.

2. Pengajuan Laporan

Melalui portal khusus, pelapor mengunggah bukti-bukti konkret terkait pelanggaran yang terjadi, termasuk:

- a) Dokumen kepemilikan hak cipta
- b) Bukti original karya

c) Identitas akun yang melakukan pelanggaran

3. Verifikasi Internal

Tim *Tiktok shop* akan melakukan verifikasi terhadap laporan yang diajukan, mencakup:

- a. Pemeriksaan kelengkapan dokumen
- b. Validasi kepemilikan hak
- c. Investigasi terhadap konten yang dilaporkan

4. Tindak Lanjut

Setelah terverifikasi sebagai pelanggaran HAKI, *platform* akan mengambil tindakan:

- Penghapusan konten yang melanggar
- Pemblokiran akun pelanggar

⁹⁰ TikTok Help Center, "Intellectual Property Policy", <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright#3>, diakses pada tanggal 9 november 2024 pukul 15.50.

- Pemberian sanksi sesuai ketentuan *platform*

5. Mekanisme Banding

Platform menyediakan mekanisme banding bagi pihak yang merasa keberatan dengan keputusan yang diambil, guna menjamin proses yang adil dan transparan.

Dengan demikian, perlindungan hak cipta karya sinematografi di *platform* media sosial tidak hanya bergantung pada upaya hukum konvensional, tetapi juga didukung oleh sistem digital yang memungkinkan pencipta untuk melindungi dan mengontrol penggunaan karyanya secara lebih efektif dan efisien.

4. Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) mengatur tentang perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*), yang menyatakan bahwa:

“Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut”.⁹¹ Dalam konteks pengambilan video TikTok tanpa izin, tindakan ini dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum karena melanggar hak kekayaan intelektual pemilik video, khususnya hak cipta, serta berpotensi menimbulkan kerugian, baik materiil maupun immateriil. Oleh karena itu, pihak yang mengambil atau menggunakan video tanpa izin dapat dimintai

⁹¹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), pasal 1365.

pertanggungjawaban hukum untuk mengganti kerugian yang timbul akibat perbuatannya.

Ada empat syarat untuk menentukan suatu perbuatan dapat dikualifikasikan sebagai melawan hukum atau tidak dalam konteks penyalahgunaan konten TikTok, yaitu bertentangan dengan hak subjektif orang lain (misalnya menggunakan karya sinematografi TikTok tanpa izin), bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku (tidak mematuhi ketentuan hak cipta), bertentangan dengan kepatutan, ketelitian, dan juga kehati-hatian (seperti tidak mencantumkan kredit pembuat konten asli), dan bertentangan dengan kesusilaan (misalnya memodifikasi konten TikTok untuk tujuan yang melanggar norma).⁹²

Dalam Pasal 1367 KUHPPerdata juga menjelaskan bahwa: "Seseorang bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatannya sendiri, serta perbuatan orang yang menjadi tanggungannya atau barang-barang yang berada di bawah pengawasannya."⁹³

Dalam konteks TikTok, hal ini dapat diartikan bahwa seorang content creator juga bertanggung jawab secara hukum atas konten yang diunggah oleh tim produksinya atau atas penggunaan aset digital yang berada di bawah pengawasannya. Jika konten atau aset tersebut melanggar hak cipta atau peraturan lain, creator bisa diminta pertanggungjawaban atas kerugian yang ditimbulkan sesuai dengan prinsip perbuatan melawan hukum.

⁹² Sumarjo Makitulung, Arrisman, "Analisis Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Pengguna Media Social Aplikasi Tiktok Ditinjau Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Journal Of Law And Nation (Joln)*, Vol. 2, No. 3, (Agustus 2023), 253-254.

⁹³ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPer), Pasal 1367.

Perlindungan terhadap HAKI hanya dapat berlaku di dalam teritorial negara, artinya hanya berlaku di negara tempat pendaftaran atau pencatatan kekayaan intelektual tersebut dilakukan. Dengan kata lain, pendaftaran HAKI di Indonesia hanya memberikan perlindungan hukum di wilayah Indonesia dan tidak akan otomatis berlaku di negara lain. Hal ini disebabkan karena masing-masing negara memiliki sistem hukum yang berbeda dan mengatur hak kekayaan intelektualnya sendiri. Untuk mendapatkan perlindungan di negara lain, pemilik HAKI perlu melakukan pendaftaran ulang di negara tersebut, atau mereka dapat mengajukan permohonan perlindungan internasional melalui perjanjian global seperti *Berne Convention* (Konvensi Bern) untuk hak cipta, atau melalui *Patent Cooperation Treaty* (PCT) untuk paten.⁹⁴ Namun, bahkan dengan perjanjian ini, hak cipta tetap diterapkan dan diakui berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di masing-masing negara peserta.

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta tidak secara tegas mewajibkan pemegang hak cipta untuk mendaftarkan karyanya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) karena dalam hukum hak cipta, perlindungan sudah otomatis diberikan begitu karya diciptakan. Ini berarti bahwa hak cipta secara otomatis melekat pada pencipta begitu karya tersebut berbentuk nyata, tanpa perlu didaftarkan. Kekosongan hukum ini menjadi kendala bagi aparat penegak hukum dalam melakukan proses penyidikan tindak pidana

⁹⁴ Dayu Medina, Dewi Enggriyeni, "Pengaturan Dan Penerapan Prinsip Teritorial Dalam Perlindungan Indikasi Geografis Indonesia (Dalam Perspektif Hukum Internasional Dan Nasional)", *Unes Law Review*, Vol. 6, No. 1, (September 2023), 27.

hak cipta, khususnya dalam konteks karya sinematografi di *platform* TikTok. Hal ini disebabkan proses penyidikan tindak pidana atas perkara hak cipta yang dilaporkan harus menunggu putusan Pengadilan Niaga terkait kepemilikan hak atas ciptaan tersebut. Akibatnya, undang-undang yang ada belum mampu memberikan efek jera yang optimal terhadap pelaku maupun calon pelaku pelanggaran hak cipta karya sinematografi di *platform* media sosial.

Dalam perspektif hukum Islam, perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) telah diatur secara eksplisit melalui Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/MUNAS/VII/MUI/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Fatwa tersebut menegaskan bahwa HKI dipandang sebagai salah satu bentuk *huyuq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (*mashun*) sebagaimana mal (kekayaan) pada umumnya, dengan syarat tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam.⁹⁵

Hak cipta, sebagai salah satu komponen HKI yang dilindungi, wajib dijaga dan diperoleh melalui cara-cara yang baik dan halal. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:⁹⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁹⁵Sukiati, Rahmadany, Muhamad Hasan Sebyar, Purnama Hidayah Harahap, "Hak Cipta Sebagai Objek Wakaf dalam Konteks Fiqh dan Hukum Positif", *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, vol. 8, no. 1, (Mei 2023), 5.

⁹⁶ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, "*Al Qur'an Dan Terjemahan*", (Surabaya: Mahkota), 122.

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S. An-Nisa [4]: 29).

Ayat tersebut mengandung larangan mendasar untuk memperoleh harta dengan cara yang tidak sesuai dengan syariat (tidak benar menurut hukum Islam). Dalam konteks ini, batil dapat diartikan sebagai segala bentuk transaksi atau perolehan harta yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam, termasuk di dalamnya tindakan mencuri, merampok, praktik riba, perjudian, serta penggunaan karya cipta tanpa izin yang sah dari pencipta atau pemegang hak ciptanya. Interpretasi ayat ini menegaskan bahwa pelanggaran terhadap hak cipta, termasuk penggunaan karya sinematografi tanpa izin di *platform* digital, merupakan bentuk perolehan manfaat ekonomi dengan cara yang batil dan bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

Ditinjau dari sudut pandang syariat Islam, penyalahgunaan hak cipta diartikan sebagai tindakan memanfaatkan kepemilikan pihak lain tanpa persetujuan pemegang hak yang legitimate, yang dianggap sebagai perbuatan tercela dan bertentangan dengan ajaran agama. Dalam ajarannya, Islam sangat menekankan pentingnya menghormati harta milik sesama dan menghargai hasil usaha serta kerja keras individu. Dalam sebuah hak cipta terkandung di dalamnya hak ekonomi, yaitu hak moral (*haq al-Adabi*) dan hak ekonomi (*haq al-Iqtishadi*).⁹⁷ Oleh karena itu,

⁹⁷ Wahdaniah, Muh Jamal Jamil, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Pengalihan Hak Cipta Melalui Hibah", *Qadauna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Keluarga Islam*, Vol. 1, No. 2, (April 2020), 80.

ajaran Islam dengan tegas melarang segala bentuk pelanggaran atas hak milik sesama, tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain, serta perbuatan mengambil atau memanfaatkan sesuatu yang bukan menjadi hak miliknya.

Mengutip dari jurnal Sutisna, pandangan ini didukung oleh kebanyakan ulama yang berasal dari tiga mazhab utama - Maliki, Syafi'i, dan Hanbali, berpendapat bahwa hak cipta atas ciptaan yang orisinal dan memiliki manfaat tergolong sebagai harta berharga. Pendapat ini didasarkan pada prinsip bahwa karya cipta dapat dimanfaatkan secara syara' (hukum Islam), selama tidak melanggar norma-norma yang ditetapkan dalam syariat.⁹⁸ Bila ditinjau dalam ranah konten video di aplikasi TikTok, tindakan melanggar hak cipta dapat disejajarkan dengan konsep pencurian yang dikenal dalam ajaran Islam. Dalam pemahaman Islam, tindakan mencuri dimaknai sebagai perbuatan mengambil atau memanfaatkan kepemilikan pihak lain secara tidak sah, dengan tujuan untuk digunakan dan diklaim sebagai milik pribadi tanpa sepengetahuan dan persetujuan dari pemilik yang sebenarnya.

Didalam hukum Islam ada dua pencurian: pencurian yang mewajibkan jatuhnya hukum hudud, pencurian yang mewajibkan jatuhnya hukuman ta'zir. Pencurian yang mewajibkan jatuhnya hukuman hudud terdiri atas

⁹⁸ Sutisna, "Pandangan Hukum Islam Terhadap Hak Cipta", *Mizan: Journal Of Islamic Law*, Vol. 5, No. 1, (2021), 7.

dua hal: pencurian kecil (*sariqah sugra*) dan pencurian besar (*sariqah kubra*). Pencurian yang hukumannya takzir.⁹⁹

Pelanggaran hak cipta atas karya sinematografi di *platform* TikTok memang berbeda dari tindak pencurian yang disanksi dengan *had* dalam hukum Islam. Tindak *had* adalah hukuman yang telah ditetapkan batasannya dalam Al-Qur'an atau hadits untuk kejahatan tertentu, seperti pencurian yang memenuhi syarat khusus (misalnya barang yang diambil memiliki nilai minimum dan dilakukan secara diam-diam).

Dalam kasus pelanggaran hak cipta, meskipun ada unsur pengambilan hak, tindakan ini tidak memenuhi syarat-syarat khusus untuk dikategorikan sebagai pencurian yang dapat dihukum dengan *had*. Sebaliknya, pelanggaran ini masuk dalam kategori *ta'zir*, yaitu hukuman yang tidak ditentukan secara spesifik dalam Al-Qur'an atau hadits, tetapi ditinggalkan pada kebijakan pemimpin atau pihak berwenang untuk menetapkan hukuman yang sesuai.

Berikut beberapa Alasan Mengapa Pelanggaran Hak Cipta Dikategorikan sebagai Ta'zir:¹⁰⁰

⁹⁹ M Dipo Syahputra Lubis, "Perbandingan Tindak Pidana Pencurian Menurut Hukum Pidana Nasional Dan Hukum Pidana Islam", Jurnal: Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan, [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1433006&val=4136&title=PERBAN DINGAN%20TINDAK%20PIDANA%20PENCURIAN%20MENURUT%20HUKUM%20PIDANA%20NASIONAL%20DAN%20HUKUM%20PIDANA%20ISLAM](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1433006&val=4136&title=PERBAN%20DENGAN%20TINDAK%20PIDANA%20PENCURIAN%20MENURUT%20HUKUM%20PIDANA%20NASIONAL%20DAN%20HUKUM%20PIDANA%20ISLAM). (Diakses pada tanggal 11 november 2024, pukul 12.12.)

¹⁰⁰ Puji Setyaningtias, Atika, "Tinjauan Hukum Pidana Islam Terhadap Penyebaran Spoiler Di Media Tiktok (Studi Terhadap Kasus Film Spiderman: No Way Home)", *Ta'zir: Jurnal Hukum Pidana*, Vol. 7, No. 1, (Juni 2023), 17.

1. Tidak Ada Sanksi *Had* yang Khusus untuk Pelanggaran Hak Cipta

Dalam Al-Qur'an dan hadits, tidak ada aturan atau batasan hukuman yang secara spesifik mengatur pelanggaran hak cipta. Sehingga, pelanggaran ini tidak dapat dimasukkan ke dalam kategori tindak *had*.

2. Bersifat Pembelajaran dan Pencegahan

Hukuman *ta'zir* diterapkan untuk memberikan efek jera dan pembelajaran bagi pelaku, dengan harapan dapat mencegah terjadinya pelanggaran serupa di masa depan. Dalam konteks pelanggaran hak cipta, *ta'zir* berfungsi melindungi hak-hak kreator dan memberikan rasa keadilan, tanpa adanya hukuman tetap yang berat.

3. Pelanggaran Hak Hamba dan Hak Allah

Pelanggaran hak cipta mencakup pelanggaran hak individu (hak hamba), tetapi juga dapat dianggap sebagai pelanggaran hak sosial yang berhubungan dengan nilai-nilai keadilan yang dijunjung dalam ajaran Islam (hak Allah). Sebagai hukuman yang fleksibel, *ta'zir* memungkinkan hukuman yang disesuaikan dengan tingkat pelanggaran serta dampaknya pada masyarakat dan individu yang dirugikan.

Dengan menempatkan pelanggaran hak cipta di bawah kategori *ta'zir*, pelaku pelanggaran bisa diberikan hukuman yang sesuai konteks, seperti denda atau peringatan, tanpa harus tunduk pada sanksi

tetap yang ditetapkan secara spesifik, sehingga tetap memberikan keadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Penggunaan karya sinematografi tanpa izin dari pencipta untuk kepentingan komersial di *platform* TikTok telah melanggar beberapa prinsip fundamental dalam hukum Islam. Pertama, melanggar prinsip kejujuran dan transparansi dalam syariat Islam. Kedua, bertentangan dengan tujuan syariah dalam melindungi hak kepemilikan. Ketiga, melanggar etika dan prinsip bisnis dalam perspektif Islam. Keempat, termasuk dalam perbuatan zalim karena mengambil hak orang lain tanpa izin.

Berdasarkan analisis menyeluruh, terdapat keselarasan antara hukum Islam dan Undang-Undang Hak Cipta dalam beberapa hal. Keduanya sama-sama melarang penggunaan karya sinematografi tanpa izin untuk tujuan komersial. Selain itu, kedua sistem hukum ini memberikan perlindungan atas hak kepemilikan dan memungkinkan pemilik hak cipta untuk menuntut ganti rugi atas pelanggaran yang terjadi. Tujuan dari pelarangan ini adalah untuk melindungi hak milik seseorang dan memberikan perlindungan hukum yang menyeluruh terhadap karya cipta.

C. Perlindungan Hukum Bagi *Affiliator* Terhadap Penggunaan Video Pemasaran Produk Oleh Pihak Lain Tanpa Izin Dalam *Platform Tiktok shop* Perspektif Undang-Undang Hak Cipta

Menurut Satjipto Rahardjo sebagaimana yang dikutip dari jurnal Daffa Arya Prayoga, perlindungan hukum merupakan suatu bentuk pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh pihak lain, dimana perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati seluruh hak-hak yang dijamin oleh hukum.¹⁰¹ Dengan demikian, perlindungan hukum bisa diartikan sebagai berbagai tindakan yuridis yang harus dilaksanakan oleh pihak berwenang dalam bidang hukum untuk menjamin terciptanya rasa aman bagi masyarakat, baik dari segi mental maupun jasmani, terhadap segala bentuk gangguan dan intimidasi dari berbagai pihak. Konsep perlindungan hukum ini didasarkan pada lima pilar utama: memberikan keadilan, menjamin ketertiban, menciptakan kepastian hukum, memberikan manfaat, dan mewujudkan kedamaian dalam masyarakat.¹⁰²

Perlindungan hukum terhadap pelanggaran hak cipta dilaksanakan melalui berbagai upaya hukum dengan menerapkan sanksi-sanksi yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Hak

¹⁰¹ Daffa Arya Prayoga, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Warga Negara Dengan Berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional", *Sovereignty : Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, Vol. 2, No. 2, (2023), 191.

¹⁰² Maksum rangkuti, "Perlindungan dan Penegakan Hukum: Menjaga Keadilan dan Ketertiban", available at: <https://fahum.umsu.ac.id/perlindungan-dan-penegakan-hukum-menjaga-keadilan-dan-ketertiban/#:~:text=Perlindungan%20dan%20penegakan%20hukum%20adalah%20pondasi%20utama%20dalam%20menjaga%20ketertiban.aman%2C%20adil%2C%20dan%20berkeadilan.> (Diakses Pada Tanggal 11 November 2024, Pukul 12.39).

eksklusif hanya dimiliki oleh pencipta itu sendiri terlepas dari pengecualian bahwa hak eksklusif itu dapat dibagikan setengahnya.¹⁰³ Menurut Pasal 4 Undang-Undang Hak Cipta, hak cipta terbagi menjadi dua jenis, yaitu hak moral dan hak ekonomi.

Hak moral merupakan hak yang tak terpisahkan dari seorang pencipta dan tidak dapat dihapuskan dengan alasan apapun. Terdapat ikatan yang kuat dan tidak terputus antara kreator dengan hasil karyanya. Maka dari itu, dari segi moral, tidak diperkenankan bagi individu maupun entitas hukum untuk melakukan modifikasi terhadap suatu karya, baik menyangkut nama karya, konten di dalamnya, maupun identitas penciptanya, tanpa mendapat persetujuan dari sang pencipta atau pewaris sahnya bila pencipta telah wafat. Konsekuensinya, wewenang untuk melakukan penyesuaian pada karya cipta agar selaras dengan perkembangan zaman hanya dimiliki oleh pencipta atau ahli warisnya. Dalam hal pencipta tidak mampu melakukan penyesuaian tersebut secara mandiri, hak ini dapat didelegasikan kepada pihak lain, namun tetap memerlukan izin eksplisit dari pencipta untuk pelaksanaannya.¹⁰⁴

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menegaskan adanya sanksi hukum bagi pihak-pihak yang melakukan tindakan pengambilan dan pengunggahan karya sinematografi untuk kepentingan komersial di *platform* TikTok tanpa izin atau persetujuan dari pencipta sebagai pemilik karya. Setiap pengguna *platform* TikTok yang memanfaatkan

¹⁰³ Suyud Margono, *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, (Bandung: Nuansa Aulia, 2010), 14-15.

¹⁰⁴ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia*, (Bandung: Sinar Grafika, 2003), 112-113.

karya sinematografi milik pencipta untuk dipromosikan kembali tanpa izin, atau pihak lain yang menggunakan hasil karya sinematografi tanpa persetujuan pencipta/pemilik, dapat dikenakan sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi hak-hak pencipta atas karya-karya mereka, serta mencegah pemanfaatan karya tersebut secara ilegal untuk kepentingan komersial. Dengan demikian, penegakan hukum dalam bidang hak cipta menjadi penting untuk menjamin kepastian hukum bagi pencipta dan pengguna karya sinematografi.

Karya berbentuk konten video di aplikasi TikTok termasuk dalam kategori karya audiovisual yang mendapat perlindungan hukum sebagaimana tercantum dalam Pasal 40 ayat (1) huruf m UUHC. Mengacu pada Pasal 1 angka 3 UUHC, suatu Ciptaan didefinisikan sebagai setiap karya dalam ranah ilmu pengetahuan, kesenian, dan kesusastraan yang lahir dari inspirasi, kapabilitas, pemikiran, daya khayal, ketangkasan, kecakapan, atau kompetensi yang diwujudkan dalam bentuk konkret. Berdasarkan ketentuan tersebut, pengguna TikTok yang mempublikasikan ulang karya video milik kreator tanpa mendapat izin, ataupun pihak-pihak yang memanfaatkan hasil karya video tersebut tanpa persetujuan dari pencipta atau pemegang haknya, dapat dijatuhi hukuman sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan dalam undang-undang ini.

Perlindungan terhadap HAKI hanya dapat berlaku di dalam teritorial negara, artinya hanya berlaku di negara tempat pendaftaran atau pencatatan kekayaan intelektual tersebut dilakukan. Dengan kata lain, pendaftaran HAKI

di Indonesia hanya memberikan perlindungan hukum di wilayah Indonesia dan tidak akan otomatis berlaku di negara lain. Hal ini disebabkan karena masing-masing negara memiliki sistem hukum yang berbeda dan mengatur hak kekayaan intelektualnya sendiri. Untuk mendapatkan perlindungan di negara lain, pemilik HAKI perlu melakukan pendaftaran ulang di negara tersebut, atau mereka dapat mengajukan permohonan perlindungan internasional melalui perjanjian global seperti *Berne Convention* (Konvensi Bern) untuk hak cipta, atau melalui *Patent Cooperation Treaty* (PCT) untuk paten.¹⁰⁵ Namun, bahkan dengan perjanjian ini, hak cipta tetap diterapkan dan diakui berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di masing-masing negara peserta.

Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta (UUCH) Indonesia, pengaturan mengenai pencatatan ciptaan diatur dalam Bab 10 tentang Pencatatan Ciptaan, Pasal 64 hingga Pasal 79. Ketentuan Pasal 64 ayat (1) menyatakan bahwa pencatatan ciptaan dan produk hak terkait diselenggarakan oleh Menteri. Namun, Pasal 64 ayat (2) menegaskan bahwa pencatatan ciptaan dan produk hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bukanlah merupakan syarat untuk memperoleh hak cipta dan hak terkait. Dapat disimpulkan bahwa pencatatan suatu karya cipta tidak wajib dilakukan oleh pencipta. Dengan kata lain, kreator konten TikTok tetap memiliki hak cipta atas karya sinematografi yang mereka ciptakan, meskipun mereka tidak melakukan pencatatan resmi atas karya tersebut.

¹⁰⁵ Dayu Medina, Dewi Enggriyeni, "Pengaturan Dan Penerapan Prinsip Teritorial Dalam Perlindungan Indikasi Geografis Indonesia (Dalam Perspektif Hukum Internasional Dan Nasional)", *Unes Law Review*, Vol. 6, No. 1, (September 2023), 27.

Perlindungan terhadap Hak Cipta karya sinematografi di Indonesia juga diatur dalam Pasal 59 ayat (1) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang selanjutnya disebutkan bahwa perlindungan hak cipta atas ciptaan karya sinematografi berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali dilakukan Pengumuman.

Ketika seorang kreator mengunggah video di TikTok, karya tersebut langsung mendapat perlindungan hukum tanpa perlu mendaftarkan terlebih dahulu. Hal ini terjadi secara otomatis begitu karya tersebut dipublikasikan dan dapat dilihat oleh publik. Meski begitu, mendaftarkan karya tetap penting sebagai bukti kepemilikan jika suatu hari nanti terjadi masalah atau sengketa terkait hak cipta konten tersebut. Jika kreator video TikTok ingin mendaftarkan karyanya secara resmi, mereka dapat melakukannya melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di bawah Kementerian Hukum dan HAM, karena lembaga ini secara hukum bertanggung jawab atas pengelolaan pendaftaran hak kekayaan intelektual di Indonesia, termasuk hak cipta.

Alasan ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC). Dalam UU ini, disebutkan bahwa Menteri Hukum dan HAM bertugas mengatur dan menyelenggarakan pencatatan hak cipta melalui DJKI sebagai unit pelaksana. Khususnya, Pasal 64 ayat (1) menyatakan bahwa pencatatan ciptaan dan produk hak terkait diselenggarakan oleh Menteri, yang dalam hal ini adalah Menteri Hukum dan HAM. Dengan mencatatkan karyanya di DJKI, kreator TikTok mendapatkan

bukti resmi kepemilikan hak cipta atas karya mereka, yang akan sangat membantu dalam perlindungan hukum jika terjadi sengketa atau pelanggaran hak cipta.

Tujuan dari perlindungan hukum ini adalah untuk memberikan rasa aman kepada para kreator TikTok dalam berkarya. Dengan adanya perlindungan hukum, hak-hak kreator sebagai pencipta konten dapat terjaga dengan baik, sehingga mereka bisa terus berkreasi tanpa khawatir karyanya disalahgunakan oleh pihak lain. Para kreator TikTok dapat mengklaim hak atas karya sinematografi digital mereka dengan cara membuktikan bahwa konten video tersebut adalah hasil karya orisinal mereka. Meskipun hak cipta muncul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif ketika konten diunggah ke *platform* TikTok, dengan adanya bukti berupa pencatatan resmi, karya akan lebih mudah diklaim karena kreator memiliki *legal standing*. Cara untuk membuktikannya adalah dengan melakukan pencatatan ciptaan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual atau cara-cara lain yang sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan terkait.

Dalam hal penggunaan konten, apabila ada pihak lain yang ingin menggunakan suatu karya sinematografi TikTok untuk keperluan tertentu, seperti repost, kompilasi video, atau adaptasi konten, sebaiknya menghubungi Direktorat Jenderal Hak Cipta dan meminta izin agar dapat menggunakannya. Alternatif lainnya adalah dengan melakukan perjanjian atau meminta izin terlebih dahulu kepada kreator sebagai pencipta/pemilik hak cipta karya sinematografi tersebut. Perjanjian yang dilakukan terkait penggunaan karya

sinematografi TikTok untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat komersial sangat penting untuk melindungi hak dan juga kewajiban pemakai atau pengguna.

Perjanjian tertulis tentang pemanfaatan karya sinematografi TikTok secara komersial memiliki peran esensial sebagai bukti yang kuat untuk dapat menuntut hak dan kewajiban dari pihak lain yang terikat dalam perjanjian tersebut. Keberadaan perjanjian tertulis ini selanjutnya akan meminimalisir kemungkinan para pihak untuk menyangkal kewajiban masing-masing, sehingga memberikan kepastian hukum bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam pemanfaatan konten TikTok tersebut. Perjanjian tertulis tersebut dapat menjadi landasan hukum yang jelas bagi pemanfaatan konten TikTok secara komersial. Hal ini akan mencegah terjadinya perselisihan di kemudian hari dikarenakan segala hak dan kewajiban telah diatur secara rinci dalam dokumen tersebut. Keberadaan perjanjian ini memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi para pihak yang terlibat.

Dalam perjanjian ketentuan penggunaan yang mengikat antara kreator konten sebagai pengguna dan TikTok selaku penyedia layanan elektronik, terdapat pengaturan yang eksplisit mengenai hak kekayaan intelektual. Perjanjian tersebut menegaskan bahwa keseluruhan elemen dalam Layanan - mencakup konten, aplikasi perangkat lunak, materi visual, naskah, karya desain grafis, ilustrasi, logo, hak paten, merek dagang, merek layanan, hak cipta, materi fotografi, konten audio, video, musik, serta tampilan dan nuansa *platform*, beserta segala hak kekayaan intelektual yang berhubungan dengan

Layanan yang disebut sebagai "Konten TikTok", merupakan kepemilikan atau berada di bawah lisensi TikTok. Kemudian secara tegas juga ditentukan dalam perjanjian ketentuan layanan tersebut bahwasannya “Setiap pengguna atau kreator TikTok menyerahkan kepada pihak TikTok lisensi yang bersifat tanpa syarat, non-eksklusif, tidak dapat ditarik kembali, bebas royalti, dapat dilakukan pengalihan secara tidak terbatas dalam menggunakan, memodifikasi, menyesuaikan, membuat berbagai karya turunan sehingga pengguna lainnya atau pihak ketiga dapat menggunakan, merubah, mengunduh ataupun membuat karya-karya turunan dalam *platform* apapun.”¹⁰⁶

Suatu ciptaan video tidak dianggap melanggar hak cipta jika dalam proses pembuatannya tidak melanggar aturan yang berlaku. Hal ini dikarenakan pembuatan karya video baru tidak dianggap sebagai tindakan mengambil ide dari karya video yang sudah ada, melainkan mengikuti ide tersebut untuk tujuan pengembangan dan pemutakhiran karya. Dalam pemanfaatan sumber karya video untuk keperluan promosi produk, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial seperti untuk kepentingan pemasaran atau pengembangan konten, materi video dari pihak lain dapat digunakan dengan syarat memperoleh izin yang sah dari pemegang hak cipta, serta tidak terdapat unsur klaim kepemilikan atas karya asli. Penggunaan karya video tersebut juga mengharuskan pencantuman kredit yang sesuai kepada pemilik

¹⁰⁶ Ni Putu Radha Pradina, I Made Dedy Priyanto, “Perlindungan Hak Cipta Kreator Tiktok Atas Konten Ciptaannya Sebagai Karya Sinematografi”, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 9, No. 11, (2021), 2165.

karya asli sebagai bentuk penghargaan dan pengakuan atas karya yang digunakan.

Karya video promosi produk yang menggunakan tanda watermark, di mana sumber materialnya menggunakan karya video pihak lain, dapat memperoleh pengakuan dalam Undang-Undang dan mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah. Hal ini berlaku selama proses produksi video promosi produk dengan tanda watermark tersebut tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari pencipta asli sebagai pihak yang karyanya dijadikan sumber untuk membuat karya video yang baru. Selain itu, karya tersebut juga harus telah memenuhi seluruh persyaratan legal dan administratif yang ditetapkan dalam regulasi terkait.

Untuk memperoleh pengakuan dalam Undang-Undang dan mendapatkan perlindungan hukum, karya video promosi produk yang menggunakan tanda watermark dan sumber materialnya berasal dari karya video pihak lain harus memenuhi beberapa persyaratan legal yang ditetapkan dalam regulasi terkait, khususnya dalam Undang-Undang Hak Cipta (UU No. 28 Tahun 2014) dan peraturan lain yang relevan. Berikut adalah persyaratan legal dan administratif yang perlu dipenuhi:

1. Izin atau Lisensi Penggunaan Karya

Persyaratan pertama adalah izin atau lisensi dari pemilik hak cipta atas materi yang digunakan. Dalam hal ini, karya video promosi produk yang menggunakan material dari karya video pihak lain harus

memperoleh izin eksplisit dari pemilik hak cipta untuk menggunakan bagian dari karya mereka, meskipun terdapat tanda watermark. Dasar hukumnya adalah pada Pasal 9 UU Hak Cipta yang mengatur tentang pengalihan hak atau pemberian izin penggunaan karya kepada pihak lain. Pasal 43 UU Hak Cipta juga mengatur mengenai hak untuk memberi izin kepada pihak lain dalam menggunakan karya yang dilindungi hak cipta.

2. Penghormatan terhadap Hak Moral dan Ekonomi Pencipta

Karya yang mengandung material pihak lain harus menghormati hak moral dan hak ekonomi dari pencipta asli. Hak moral mencakup hak untuk diakui sebagai pencipta dan hak untuk melarang perubahan atau penggunaan karya yang merusak reputasi pencipta. Hak ekonomi mencakup hak untuk mendapatkan imbalan atas penggunaan karya. Dasar hukum: Pasal 5 dan 6 UU Hak Cipta menyebutkan hak moral dan hak ekonomi pencipta yang harus dihormati oleh pihak yang menggunakan karya orang lain. Pasal 9 UU Hak Cipta mengatur pemberian izin yang harus mempertimbangkan hak ekonomi dan moral dari pencipta asli.

3. Pencatatan dan Pendaftaran Karya (Opsional)

Meskipun tidak wajib, pencatatan atau pendaftaran karya hak cipta di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dapat memberikan kepastian hukum atas status hak cipta suatu karya. Pendaftaran ini bisa memberikan bukti yang kuat jika terjadi perselisihan mengenai hak cipta. Dasar hukum: Pasal 58 UU Hak Cipta mengatur mengenai pendaftaran

dan pencatatan karya hak cipta di DJKI untuk mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat.

4. Penyusunan Perjanjian Penggunaan Karya

Jika pihak yang ingin menggunakan karya video pihak lain mendapatkan izin, maka harus ada perjanjian tertulis mengenai penggunaan materi tersebut. Perjanjian ini harus mencakup batasan-batasan penggunaan, durasi, wilayah, dan pembayaran imbalan jika ada. Perjanjian ini penting untuk menghindari pelanggaran hak cipta dan memberikan perlindungan hukum kepada semua pihak yang terlibat.

Dasar hukum: Pasal 9 UU Hak Cipta yang mengatur tentang pengalihan hak atau pemberian izin, yang sering kali dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis.

5. Penyampaian Kepada Publik

Jika karya video promosi tersebut mengandung materi dari karya video pihak lain, perlu dicantumkan informasi yang jelas tentang siapa pemilik karya asli dan apakah karya tersebut dilisensikan untuk penggunaan tersebut. Penyampaian ini harus sesuai dengan ketentuan penyebutan nama pencipta dalam Pasal 5 UU Hak Cipta. Dasar hukum: Pasal 5 UU Hak Cipta mewajibkan untuk mencantumkan nama pencipta atau pemegang hak cipta dalam karya turunan yang dibuat dari karya mereka.

6. Kepatuhan Terhadap Ketentuan Pemasaran Produk

Karya video promosi yang menggunakan karya orang lain harus juga mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan terkait periklanan. Dalam hal ini, video promosi produk harus tidak menyesatkan konsumen dan harus sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) serta ketentuan terkait iklan di *platform* digital seperti TikTok dan media sosial lainnya. Dasar hukum: UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Menjamin bahwa iklan atau promosi produk tidak boleh menyesatkan konsumen. Peraturan Kominfo terkait dengan penyelenggaraan sistem elektronik dan periklanan digital yang berlaku.

7. Penyelesaian Sengketa

Apabila terjadi sengketa terkait penggunaan karya video promosi yang menggunakan karya pihak lain, pihak yang merasa dirugikan (pemegang hak cipta) dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga atau melalui arbitrase sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam UU Hak Cipta. Dasar hukum: Pasal 95 UU Hak Cipta tentang penyelesaian sengketa yang melibatkan hak cipta, termasuk alternatif penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau arbitrase.

Penggunaan karya video pihak lain sebagai sumber referensi harus dilakukan dengan memperhatikan aspek etika dan profesionalisme dalam industri konten digital. Hal ini mencakup penghormatan terhadap hak

kekayaan intelektual dan pemenuhan kewajiban hukum yang berlaku, sehingga dapat menciptakan ekosistem kreatif yang sehat dan berkelanjutan. Perlindungan hukum dibuat dengan tujuan untuk melindungi hak pencipta atau pemegang hak cipta dalam berbagai aspek yang meliputi pendistribusian karya, penjualan, serta pembuatan karya lanjutan atau turunan dari karya yang telah diciptakan sebelumnya. Berdasarkan pemikiran Phillipus M. Hadjon, bentuk Perlindungan Hukum terbagi menjadi dua jenis yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.¹⁰⁷

Upaya perlindungan hukum dapat dibagi menjadi dua jenis, yang bersifat pencegahan (preventif) yang ditujukan untuk menghindarkan terjadinya pelanggaran dan memberi ruang bagi subjek hukum untuk menyampaikan keberatan sebelum suatu keputusan pemerintah menjadi final. Sedangkan perlindungan hukum yang bersifat penindakan (represif) bertujuan untuk mengatasi konflik yang sudah terlanjur terjadi. Penerapan kedua bentuk perlindungan hukum ini dapat dilaksanakan baik melalui instrumen tertulis maupun tidak tertulis. Dalam penggunaan karya sinematografi promosi produk pada *platform* seperti TikTok tanpa izin, upaya perlindungan hukum yang dapat ditempuh meliputi:

1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif adalah bentuk perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran atau sengketa

¹⁰⁷ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 17.

sebelum hal tersebut terjadi.¹⁰⁸ Pendekatan ini mendorong pemerintah untuk berhati-hati dalam membuat keputusan. Dalam perlindungan hukum preventif, subjek hukum diberikan hak untuk menyampaikan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah menjadi definitif. Tujuannya adalah menghindari potensi sengketa atau pelanggaran di kemudian hari. Meski belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif di Indonesia, pendekatan ini tetap berperan penting dalam memastikan keputusan yang diambil berdasarkan diskresi pemerintah dilakukan dengan cermat.¹⁰⁹

Perlindungan atas suatu ciptaan muncul secara otomatis sejak ciptaan tersebut diwujudkan dalam bentuk konkret. Pendaftaran ciptaan bukanlah syarat wajib untuk memperoleh hak cipta. Hal ini sesuai dengan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Hak Cipta yang menyatakan bahwa Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta, yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa mengurangi batasan sesuai peraturan perundang-undangan. Namun, dengan mendaftarkan ciptaannya, pencipta memperoleh surat pendaftaran yang dapat menjadi alat bukti awal di pengadilan apabila terjadi sengketa terkait ciptaan tersebut di kemudian hari. Pendaftaran ciptaan memberikan jaminan dan kepastian hukum

¹⁰⁸ Muchsin, *Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia*, (Surakarta; Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003), 14.

¹⁰⁹ Hieronymus Febrian Rukmana Aji, Abraham Ferry Rosando, "Perlindungan Hukum Terhadap Hasil Foto Pribadi Yang Digunakan Orang Lain Di Instagram", *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol. 2, No. 1, (Februari 2019), 17.

kepada pencipta, serta memastikan keadilan hukum bagi para pencipta yang telah mendaftarkan hasil karya kreatif mereka.

Permohonan pendaftaran suatu ciptaan dapat dilakukan melalui situs resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di www.dgip.go.id. Sistem E-Hak Cipta ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pencatatan hak cipta secara online, sehingga lebih mudah diakses oleh semua orang. Selain dengan mendaftarkan hak cipta karya video promosi produk melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual ("DJKI"), terdapat beberapa upaya preventif yang dapat dilakukan oleh *Affiliator platform* TikTok untuk mencegah penggunaan karya video promosi produk tanpa izin, yaitu:¹¹⁰ pertama, pemberian watermark pada video promosi produk. Watermark dapat ditempatkan secara konsisten sepanjang durasi video sebagai identitas kepemilikan yang melekat, sehingga dapat melindungi karya dari penggunaan tidak sah oleh pihak lain.

Kedua, pemberian ciri khas pada video promosi produk. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan elemen visual yang konsisten seperti bumper video, transisi khusus, template grafis, atau gaya penyuntingan yang unik, sehingga karya video tersebut mudah diidentifikasi sebagai milik *Affiliator* tertentu. Ketiga, memberikan peringatan pada deskripsi akun *affiliator* atau video promosi produk. Peringatan ini dapat mencakup pernyataan hak cipta, ketentuan

¹¹⁰ Ni Made Asri Mas Lestari, "Pengaturan Dan Prosedur Pendaftaran Hak Cipta Berbasis Online", *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, Vol. 5, NO. 2, (April 2018), 4.

penggunaan konten, dan informasi kontak untuk keperluan perizinan penggunaan karya. Keempat, menyimpan file master video promosi produk beserta file proyek editingnya. Penyimpanan file asli dan file proyek editing sangat penting sebagai bukti kepemilikan yang dapat digunakan jika terjadi sengketa hak cipta di kemudian hari.

Dan yang terakhir, melampirkan bukti izin resmi dari pemilik video sebenarnya untuk dapat tetap menggunakan video produk yang mengandung identitas Penjual lain. Dokumentasi perizinan ini penting untuk memastikan legalitas penggunaan karya dan menghindari potensi tuntutan pelanggaran hak cipta di masa mendatang. Upaya-upaya tersebut merupakan langkah perlindungan yang dapat diterapkan secara bersamaan untuk memberikan perlindungan maksimal terhadap karya video promosi produk dalam *platform* e-commerce.

Perlindungan terhadap karya video juga tercantum dalam Pasal 59 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menyebutkan bahwa perlindungan hak cipta atas karya sinematografi, termasuk video, berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali dilakukan pengumuman. Dengan ditetapkannya jangka waktu perlindungan tersebut dapat mengakomodir perlindungan preventif karena dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan tersebut pencipta memiliki kebebasan untuk menggunakan hak-haknya dan dapat mengajukan gugatan apabila terjadi pelanggaran.

Berdasarkan Pasal 9 ayat (2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dijelaskan bahwa setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi wajib mendapatkan izin pencipta atau pemegang hak cipta. Selain itu, dalam Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang yang sama juga dijelaskan bahwa setiap orang yang tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau penggunaan secara komersial ciptaan. Dalam hal ini, sesuai dengan pasal-pasal tersebut pencipta karya video memiliki hak untuk memberikan izin ataupun melarang pihak lain yang tanpa izin menggunakan karyanya untuk memperbanyak atau menggunakannya untuk kepentingan komersial.¹¹¹

Pemanfaatan konten video yang merupakan karya pihak lain mengharuskan adanya persetujuan terlebih dahulu dari kreator aslinya. Persetujuan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk lisensi, yakni sebuah dokumen tertulis yang dikeluarkan oleh pencipta kepada pihak yang akan menggunakan karyanya, yang memuat hak-hak ekonomi yang dapat dilaksanakan dengan ketentuan-ketentuan tertentu. Ketentuan ini berlaku untuk berbagai bentuk penggunaan video, termasuk untuk aktivitas promosi produk, kegiatan pemasaran digital, maupun kepentingan bisnis lainnya, sesuai dengan regulasi yang tercantum dalam Undang-Undang Hak Cipta.

¹¹¹ Abdulkadir Muhamad, *Kajian hukum ekonomi hak kekayaan intelektual*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007), 25.

Pasal 54 Undang-Undang Hak Cipta juga menetapkan peran pemerintah dalam mencegah pelanggaran hak cipta dan hak terkait melalui sarana berbasis teknologi informasi. Berdasarkan ketentuan ini, pencipta memiliki hak penuh atas karya ciptanya. Perlindungan hukum preventif terhadap hak cipta berfungsi sebagai langkah awal untuk mencegah pelanggaran, dengan memberikan panduan dan batasan yang tercantum dalam Undang-Undang Hak Cipta.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah bentuk perlindungan yang diberikan kepada pencipta ketika terjadi pelanggaran atau sengketa yang dilakukan oleh pihak lain secara tidak sah atau melawan hukum. Perlindungan ini berupa sanksi akhir, seperti denda, hukuman penjara, dan hukuman tambahan yang diberlakukan apabila sengketa atau pelanggaran telah terjadi.¹¹²

Dalam Pasal 95 Undang-Undang Hak Cipta, mekanisme perlindungan hukum represif dibagi menjadi dua jalur: litigasi dan non-litigasi. Jalur litigasi melibatkan proses pengadilan, di mana Pengadilan Niaga memiliki kewenangan untuk memutuskan sengketa hak cipta. Di samping mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga sebagai bentuk perlindungan represif, pencipta juga dapat menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi. Penyelesaian sengketa non-litigasi dilakukan di luar pengadilan, melalui mekanisme arbitrase dan/atau alternatif

¹¹² Muchsin. *Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia*. (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2003), 20.

penyelesaian sengketa, seperti konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.¹¹³

Penyelesaian sengketa non-litigasi bertujuan untuk mencapai kesepakatan terkait suatu perkara tertentu dengan pendekatan teknis dan ketentuan yang memastikan agar sengketa serupa tidak terjadi kembali dengan objek yang sama oleh pihak lain. Selain itu, penyelesaian sengketa non-litigasi juga dimaksudkan untuk mengurangi biaya dan waktu, serta mempercepat proses penyelesaian perkara dengan menghasilkan kesepakatan yang dapat diterima dan menguntungkan bagi kedua pihak yang terlibat dalam sengketa.

Berikut ini merupakan upaya-upaya penyelesaian sengketa hak cipta karya sinematografi yang dapat dilakukan di dalam pengadilan maupun di luar pengadilan:

1. Secara Perdata

Pencipta maupun pemegang hak cipta berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada Pengadilan Niaga, yang sanksinya berupa ganti rugi materil dan immaterial. Kerugian materil adalah kerugian finansial yang dapat diukur dan dibuktikan secara konkret. Ini mencakup semua bentuk kehilangan yang dapat dihitung secara langsung, baik itu dari segi pendapatan, biaya yang dikeluarkan, atau nilai aset yang hilang.¹¹⁴

¹¹³ Jimmy Joses Sembiring, *Cara Menyelesaikan Sengketa Di Luar Pengadilan: Negosiasi, Mediasi, Konsiliasi, Dan Arbitrase*, (Jakarta: Visimedia, 2011), 65.

¹¹⁴ Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Tinjauan Terhadap Gugatan Perbuatan Melawan Hukum*, Available At:

Dalam kasus ini, *affiliator* @hodi*****ta mengalami kerugian materil karena karya video promosinya yang diambil dan digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin darinya. Untuk menghasilkan suatu karya video promosi produk diperlukan pengorbanan biaya, waktu, tenaga, peralatan videografi, dan juga keahlian dalam pembuatan konten video. Kemudian, ada oknum yang mengambil video tersebut dan menggunakannya tanpa izin dari *affiliator* atau pencipta video untuk mempromosikan produk di *platform* Shopee demi mendapatkan keuntungan komersial melalui sistem komisi.

Kerugian immaterial yang dialami @hodi*****ta mencakup hilangnya reputasi dan kepercayaan dari audiens serta mitra bisnis, karena karyanya digunakan tanpa izin oleh pihak lain. Hal ini dapat mempengaruhi kredibilitas @hodi*****ta sebagai content creator dan *affiliator* profesional.

2. Secara Pidana

Pelanggaran serius terhadap hak ekonomi sebuah karya yang dilakukan untuk kepentingan komersial dapat dijatuhi sanksi pidana, baik berupa denda maupun hukuman penjara. Namun, mengingat kasus pelanggaran hak cipta video termasuk dalam delik aduan dan menganut asas ultimum remedium, para pihak yang terlibat dalam

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14384/tinjauan-terhadap-gugatan-perbuatan-melawan-hukum.html#:~:Text=Kerugian%20dalam%20hukum%20perdata%20dapat.Mungkin%20diterima%20di%20kemudian%20hari>. (Diakses Tanggal 12 November 2024, Pukul 0.16).

sengketa diwajibkan terlebih dahulu menempuh proses penyelesaian melalui mediasi sebelum melangkah ke proses hukum pidana.

3. Arbitrase dan/atau Alternatif Penyelesaian Sengketa

Mekanisme alternatif penyelesaian sengketa merupakan cara menyelesaikan perselisihan tanpa melalui proses pengadilan, dimana para pihak yang berselisih memiliki wewenang penuh dalam pelaksanaannya. Keunikan dari metode ini dibandingkan dengan penyelesaian melalui jalur pengadilan adalah adanya keleluasaan bagi pihak-pihak yang bersengketa untuk menentukan sendiri metode penyelesaian yang mereka anggap paling sesuai. Ketentuan

ini diatur secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 yang membahas tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Dalam kasus pelanggaran hak cipta yang melibatkan *affiliator* @hodi*****ta, terdapat beberapa upaya penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh. Kasus ini bermula ketika *affiliator* @hodi*****ta menemukan bahwa karya sinematografi miliknya, yang berupa video promosi produk, telah digunakan secara ilegal oleh pihak yang tidak bertanggung jawab di *platform Tiktok shop*. Penggunaan tanpa izin tersebut dilakukan untuk kepentingan komersial, di mana pihak yang melanggar menggunakan video tersebut untuk menarik konsumen melalui fitur "keranjang kuning" pada *platform Tiktok shop*.

Dalam upaya penyelesaian sengketa ini, *affiliate* @hodi*****ta telah menempuh jalur negosiasi sebagai langkah awal penyelesaian sengketa. Negosiasi merupakan bentuk perundingan langsung antara pihak-pihak yang bersengketa untuk mencapai kesepakatan bersama. Meskipun *affiliate* @hodi*****ta telah berupaya menghubungi pihak yang menggunakan karyanya secara ilegal untuk menyelesaikan masalah secara kekeluargaan, upaya tersebut tidak membuahkan hasil yang memuaskan.

Mengacu pada kasus serupa yang pernah terjadi, seperti kasus *affiliate* @sy***aa.¹¹⁵ Seorang afiliator dengan akun @sy***aa

merasa sangat kecewa karena video ulasannya di TikTok telah disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Video tersebut awalnya merupakan ulasan untuk Produk A, namun telah dimanipulasi seolah-olah afiliator sedang mengulas Produk B. Perlu diketahui bahwa afiliator @sy***aa sama sekali tidak pernah diminta untuk mengulas Produk B dan bahkan tidak mengetahui keberadaan produk tersebut.

Ketika afiliator @sy***aa mencoba menghubungi pihak yang tidak bertanggung jawab tersebut, mereka tidak memberikan tanggapan selama beberapa hari. Kemudian setelah afiliator @sy***aa menghubungi mereka kembali, mereka bersedia menurunkan video tersebut dan meminta maaf. Tindakan mereka

¹¹⁵ @Sy***Aa, "Pencurian Video Oleh Brand @Femin*Mb***Y", Tiktok, available at: <https://vt.tiktok.com/Zsjd3wukr/>, (Diakses Pada Tanggal 12 November 2024, Pukul 10.04).

tidak hanya merupakan pelanggaran hak cipta, tetapi juga telah menyesatkan pelanggan dan penonton video tersebut dengan membuat ulasan palsu. Penyelesaian sengketa melalui negosiasi dapat menghasilkan kesepakatan yang bersifat "win-win solution". Dalam kasus afiliator @sy***aa ini, kedua belah pihak mencapai kesepakatan di mana pihak yang melanggar bersedia untuk:

- a. Menghapus seluruh konten yang melanggar hak cipta
- b. Menyampaikan permintaan maaf secara terbuka
- c. Memberikan komitmen tertulis untuk tidak mengulangi perbuatan serupa

Hal serupa juga dialami oleh pemilik akun TikTok @muti**azl_ yang merasa resah karena konten-kontennya di *platform* TikTok telah diunggah ulang secara tidak sah oleh pihak yang tidak bertanggung jawab di *platform* Shopee. Ketika dilakukan pencarian menggunakan namanya di Shopee, ditemukan banyak video miliknya yang telah disebarluaskan tanpa izin.¹¹⁶

Kedua kasus tersebut menunjukkan adanya pelanggaran hak cipta konten digital, di mana pihak yang tidak bertanggung jawab menggunakan materi video kreator tanpa izin untuk kepentingan komersial mereka. Tindakan ini tidak hanya merugikan para kreator konten, tetapi juga dapat menyesatkan konsumen dengan informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

¹¹⁶ @Muti**Azl_, "Iseng Cek Platform Sebelah Ternyata Video Aku Dicuri", Tiktok, available at: <https://vt.tiktok.com/Zsjdtooy/>, (Diakses Pada Tanggal 12 November 2024, Pukul 10.11).

Bentuk perlindungan hukum represif yang dapat diberikan oleh *platform* TikTok berkaitan dengan terjadinya sengketa antara *affiliator* dengan pihak yang melanggar hak cipta. Sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Hak Cipta (UUHC), *affiliator* berhak mendapatkan perlindungan advokasi. Dalam hal ini, TikTok dapat berperan dalam proses musyawarah antara *affiliator* dan pihak yang melanggar. Apabila musyawarah tidak mencapai kesepakatan, sengketa tersebut dapat dilanjutkan ke Pengadilan Negeri atau melalui Arbitrase dan/atau Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Dalam perlindungan hukum terhadap karya sinematografi dalam promosi produk, kegiatan penegakan hukum memegang peranan yang sangat penting, mengingat perlindungan hukum tidak akan bermakna tanpa penegakan hukum yang efektif. Upaya represif dalam penanggulangan pelanggaran hak cipta dapat ditempuh melalui dua jalur:

- a. Jalur litigasi (melalui pengadilan)
- b. Jalur non-litigasi (di luar pengadilan)

Kedua pendekatan tersebut dapat dijalankan secara bersamaan untuk mencapai penyelesaian yang paling efektif. Pemilihan jalur penyelesaian sengketa hendaknya mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk efisiensi waktu, biaya, serta dampak terhadap hubungan para pihak di masa mendatang.

Disebutkan dalam Fatwa MUI tentang hak cipta pada ayat 2, yaitu hak cipta yang mendapat perlindungan hukum Islam sebagaimana dimaksud angka 1 tersebut adalah hak cipta atas ciptaan yang tidak bertentangan dalam hukum Islam. Hukum Islam akan melindungi hak cipta apabila telah sesuai dengan syariat Islam, sedangkan tindakan pelanggaran hak cipta sinematografi dalam promosi produk tanpa izin merupakan hal yang bertentangan dengan syariat Islam. Karena tindakan tersebut dapat disamakan dengan tindak pencurian dalam Islam, seseorang yang mengambil karya sinematografi promosi produk tanpa izin untuk kepentingan komersial.

Dalam penelitian ini, kasus yang ditemui ialah content creator sebagai pencipta/pemilik karya sinematografi yang membuat suatu karya video/film untuk mempromosikan produk, dengan pihak lain karya sinematografi tersebut diambil dan diunggah tanpa izin ataupun tanpa mencantumkan sumber karya tersebut di akun pribadinya. Hal tersebut termasuk tindak pencurian dan bertentangan dengan syariat Islam. Maka dari itu, hal tersebut diharamkan.

Hak cipta, yang merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual, dapat dimaknai sebagai hak dan wewenang untuk melakukan tindakan atas kekayaan intelektual yang dilindungi oleh norma atau hukum yang berlaku. Dalam ajaran Islam, Al-Qur'an dan Sunnah mengatur pentingnya menghargai karya orang lain. Islam menekankan bahwa al-maal (harta) harus dilindungi dan diperoleh dengan cara yang sah sesuai pedoman Al-Qur'an dan Sunnah.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 188:¹¹⁷

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: "Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui." (Q.S. Al-Baqarah (2): 188)

Ayat ini menegaskan larangan untuk mengambil atau menguasai harta orang lain secara tidak sah. Ia juga mengingatkan agar tidak membawa perkara yang tidak berdasar kepada hakim untuk memperoleh keuntungan yang batil. Ini mencerminkan prinsip Islam dalam menghargai kepemilikan dan hak orang lain.

Pelanggaran pada Hak Cipta pada hasil karya sinematografi promosi produk harus dapat dibuktikan bahwa kepemilikan karya tersebut memang milik diri sendiri dan bukan hasil dari orang lain, maka harus ditemukan beberapa kesamaan untuk membuktikan orisinalitas dari karya video/film tersebut, seperti konsep dan alur cerita yang khas, teknik pengambilan gambar yang unik, gaya editing dan transisi yang menjadi ciri khas, elemen kreatif seperti musik, efek suara, atau narasi, serta metadata file asli video/film, sehingga dapat dikatakan sebagai pelanggaran. Dengan adanya perlindungan hukum yang diberikan untuk pencipta yakni guna melindungi

¹¹⁷ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, "Al Qur'an Dan Terjemahan", (Surabaya: Mahkota), 46.

hak moral dan hak ekonomi yang merupakan dua esensi kewenangan yang terkandung didalam hak cipta agar tetap terjaga.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sistem *Affiliate Marketing* merupakan perjanjian kerja sama komersial yang mengikat secara hukum antara merchant dan mitra afiliasi, sesuai Pasal 1313 KUHPer tentang perikatan timbal balik antara dua pihak. Keabsahan perjanjian ini dilandasi oleh asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338 KUHPer) dan memerlukan terpenuhinya syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan, kecakapan bertindak, hal tertentu, dan causa yang halal. Meski menawarkan peluang penghasilan menjanjikan, perlu diperhatikan aspek perlindungan hukum untuk mencegah potensi sengketa dalam pelaksanaannya.
2. Akibat hukum penggunaan video pemasaran produk tanpa izin dari *affiliator* di TikTok diatur dalam beberapa ketentuan hukum: sanksi pidana berdasarkan Pasal 113 ayat (3) UU Hak Cipta (penjara maksimal 4 tahun dan/atau denda Rp1 miliar), gugatan perdata untuk ganti rugi (Pasal 96 dengan yurisdiksi Pengadilan Niaga sesuai Pasal 100 ayat 1), dan sanksi pidana menurut Pasal 45 Ayat 3 UU ITE (penjara hingga 6 tahun dan/atau denda Rp1 miliar). Berdasarkan PP PSE No. 71/2019 Pasal 5, TikTok wajib mencegah penyebaran konten ilegal, sementara pelanggaran dapat digugat sebagai perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUHPerdata). Dalam hukum Islam (Fatwa MUI No. 1/MUNAS/VII/MUI/15/2005), hak cipta dilindungi sebagai huquq

maliyyah dengan sanksi ta'zir, menunjukkan harmonisasi antara hukum positif dan Islam dalam perlindungan kekayaan intelektual.

3. Perlindungan hukum bagi *affiliator* terhadap penggunaan video pemasaran produk tanpa izin di *platform* TikTok telah diatur secara komprehensif, baik dalam hukum positif maupun hukum Islam. Menurut UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, video pemasaran produk termasuk dalam karya sinematografi yang dilindungi, dengan perlindungan hukum yang terbagi menjadi dua bentuk. Pertama, perlindungan preventif yang meliputi pendaftaran ciptaan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan pemanfaatan fitur *platform* seperti watermark, pemberian ciri khas pada video, serta penyimpanan file asli sebagai bukti kepemilikan. Kedua, perlindungan represif yang dapat ditempuh melalui jalur litigasi di Pengadilan Niaga atau jalur non-litigasi melalui arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa. Dalam perspektif hukum Islam, berdasarkan Fatwa MUI ayat 2 dan Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 188, penggunaan karya tanpa izin dikategorikan sebagai perbuatan yang dilarang (haram) karena melanggar hak pemilik karya dan bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam. Perlindungan hukum mencakup hak moral dan hak ekonomi pencipta, yang sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam tentang penghormatan terhadap hak individu. Hal ini menunjukkan adanya harmonisasi antara hukum positif dan hukum Islam dalam memberikan perlindungan terhadap karya sinematografi di media digital.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah penulis lakukan maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bahwa pemerintah perlu memberikan sosialisasi kepada masyarakat bahwa video promosi produk apabila digunakan oleh pihak lain tanpa izin untuk diunggah kembali dan bersifat komersial telah mendapat perlindungan yang diatur di dalam Undang- Undang No.28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Sosialisasi tersebut dimaksudkan untuk kesadaran masyarakat bahwa penggunaan video promosi produk yang digunakan oleh pihak lain harus mendapatkan izin atau persetujuan dari *affiliator* sebagai pemilik/pencipta video. Diharapkan masyarakat sebagai pengguna suatu ciptaan pada era digital ini harus lebih menghargai karya cipta dari pencipta atau pemegang hak cipta. Serta lebih memahami dan menerapkan aturan yang terdapat di dalam Undang- Undang Hak Cipta yang telah dibuat oleh negara sebagai bentuk perlindungan negara kepada suatu ciptaan.
2. Bahwa Pihak yang melakukan pengambilan video tanpa izin perlu memahami bahwa tindakan mengambil dan mengunggah ulang video promosi produk milik orang lain tanpa izin untuk tujuan komersial merupakan pelanggaran terhadap hak cipta. Oleh karena itu, sebelum menggunakan video promosi produk milik orang lain, hendaknya meminta izin terlebih dahulu kepada pemilik atau pencipta video tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menghargai hak moral dan hak

ekonomi dari pencipta atau pemegang hak cipta sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta ekosistem digital yang lebih sehat dan saling menghormati hak kekayaan intelektual antar sesama pengguna media digital.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdulkadir, Muhammad. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007.
- Amiruddin, Dan Asikin Zainal. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 2006.
- C.S.T. Kansil. *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Dharmawan, Ni Ketut Suspati, dan Wayan Wiryawan, Dkk. *Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Deepublish Group Cv Budi Utama, 2012.
- Lubis, Krisnani Setyowati Efridani, Elisa Anggraeni, dan M. Hendra Wibowo. *Hak Kekayaan Intelektual Dan Tantangan Implementasinya Di Perguruan Tinggi*. Bogor: Kantor Hak Kekayaan Intelektual Institut Pertanian Bogor, 2005.
- Muchsin. *Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2003.
- Mujiono, Feriyanto. *Buku Praktis Memahami Dan Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Sentra Hki Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Mukti, Fajar, Dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Peter, Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta: Rajawali Press, 2007.
- Philipus, M. Hadjon. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011.
- Rachmadi, Usman. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia*, Bandung: Sinar Grafika, 2003.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung; PT. Citra Aditya Bakti, 2013.
- Rizkia, Nanda Dwi, Dan Fardiansyah Hardi. *Pengantar Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.

- Saidin. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sembiring, Jimmy Joses. *Cara Menyelesaikan Sengketa Di Luar Pengadilan: Negosiasi, Mediasi, Konsultasi, Dan Arbitrase*. Jakarta: Visimedia, 2011.
- Soekanto, Soerjono, Dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Solikin, Nur. 2014, *Pengantar Pih Dan Pthi*. Jember: Stain Jember Press.
- Suyud, Margono. *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*. Bandung: Nuansa Aulia, 2010.
- Tim Penyusun. *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, *“Al Qur'an Dan Terjemahan”*, Surabaya: Mahkota, 1991.

JURNAL

- Ade Rosdiana, Nurnazmi. “Dampak Aplikasi TikTok dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima”, *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol 4 No. 1, 2021.
- Aji, Hieronymus Febrian Rukmana, dan Abraham Ferry Rosando. “Perlindungan Hukum Terhadap Hasil Foto Pribadi Yang Digunakan Orang Lain Di Instagram”, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol. 2 No. 1, 2019.
- Akbar, Fajar Alamsyah. “Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Menurut Pasal 12 Undang-Undang Nomer 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Di Indonesia”, *JOM Fakultas Hukum* Vol 3, No 2, 2016.
- Armylia, Malimbe, dan Fonny Waani, dan Evie A.A. Suwu, “Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado”, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 1, No. 1, 2021.
- Bagus, Fauzan, dan Miranda Risang Ayu. “Perlindungan Hak Cipta Sinematografi Pada Medium Internet Menurut Beijing Treaty Dihubungkan Dengan

- Sistem Hukum Indonesia”, *ACTA DIURNAL: Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Fakultas Hukum Unpad*, Vol. 3 No. 1, 2019.
- Chindy. “Tanggung Jawab Penyedia Konten TikTok Atas Pengunggahan Film Bajakan Melalui Aplikasi TikTok (Studi Kasus: Pelanggaran Pemilik Hak Cipta Sinematografi)”, *Jurnal Hukum Statuta*, Vol. 2 No. 3, Agustus 2023.
- Fadhila, Naila, dan Khairani Arifin. “Perlindungan Hukum Bagi Content Creator TikTok Terhadap Praktik Re-Upload Konten Tanpa Izin Untuk Tujuan Komersil (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)”, *Jim Bidang Hukum Keperdataan*: Vol. 8 No.2, 2024.
- Lalamentik, Harry Randy. “Kajian Hukum Tentang Hak Terkait (Neighboring Right) Sebagai Hak Ekonomi Pencipta Berdasarkan Undang- Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014”, *Lex Privatum*, Vol. 6 No. 6, 2018.
- Lestari, Ni Made Asri Mas. “Pengaturan Dan Prosedur Pendaftaran Hak Cipta Berbasis Online”, *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, Vol. 5 No. 2, 2018.
- Medina, Dayu, dan Dewi Enggriyeni. “Pengaturan Dan Penerapan Prinsip Teritorial Dalam Perlindungan Indikasi Geografis Indonesia (Dalam Perspektif Hukum Internasional Dan Nasional)”, *Unes Law Review*, Vol. 6 No. 1, 2023.
- Octavia, Inka Dwi, dan M. Uzair Jadiid Zakiah, dan Novia Dwi Darmayanti. “Penyebaran Film Di Platform Idlix Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014”, *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah dan Hukum*, Vol. 5 No. 3, 2024.
- Oki Lestari, Purwatiningsih, dan Ratih Setyo Rini. “Analisis Pengukuran Kepuasan Konsumen dengan Pendekatan Customer Satisfaction Indeks Pada E-Commerce di Jakarta”, *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, Vol. 2 No.3, 2024.
- Oriza Sekar Arum. “Problematika dalam Perlindungan Hak Cipta atas Foto Produk Digital pada Media Sosial Instagram”, *Jurnal Privat Law*, Vol 9 No.2, 2021.

- Paramarta, I. Gusti Bagus Arya Anggara, Ida Bagus Wyasa Putra, Sri Utari, and Ni Ketut. "Akibat Hukum Perjanjian Lisensi Terhadap Pihak Ketiga." *Acta Comitas* 2, 2017.
- Pasangka, AnasTasya Anna, dan Emma V. T. Senewe, dan Jeany Anita Kermite, "Perlindungan Hukum Terhadap Pencipta Karya Sinematografi Terkait Pembajakan Film Melalui Aplikasi Telegram", *Lex Administratum*, Vol. 11 No. 04, 2023.
- Pradina, Ni Putu Radha, dan I Made Dedy Priyanto. "Perlindungan Hak Cipta Kreator TikTok Atas Konten Ciptaannya Sebagai Karya Sinematografi", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 9 No. 11, 2021.
- Prayoga, Daffa Arya. "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Warga Negara Dengan Berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional", *Sovereignty : Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, Vol. 2 No. 2, 2023.
- Puji Setyaningtias, Atika. "Tinjauan Hukum Pidana Islam Terhadap Penyebaran Spoiler Di Media TikTok (Studi Terhadap Kasus Film Spiderman: No Way Home)", *Ta'zir: Jurnal Hukum Pidana*, Vol. 7 No. 1, 2023.
- Rahmahafida, Nadia Intan, dan Whitney Brigitta Sinaga. "Analisis Problematika Lukisan Ciptaan Artificial Intelligence Menurut Undang-Undang Hak Cipta", *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4 No. 6, 2022.
- Risky Tara Nabita Sari, Windra Hilmi Nazhip, Ghifari Vioga Batubara, Ridha Wahyuni. "Perlindungan Konten Kreator Terhadap Konten Reupload Perspektif Hak Cipta", *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3 No. 6, 2023.
- S. Sukarmi dan Y. T. Permono. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Secara Online," *Jurnal Hukum*, Vol. 35 No. 1, 2019.
- Sebastian A. Lendeng, Karel Yossi Umboh, Dientje Rumimpunu. "Tinjauan Hukum Hak Cipta Dalam Bidang Karya Sinematografi Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Lex Privatum*, Vol. 9 No. 2, 2021.

- Septiawan, Naufal Rafiif. “Teknik Sinematografi Pada Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”, *Solidaritas: Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 8 No. 1, 2024.
- Siti Hatikasari. “Esensi Perlindungan Hukum Dalam Sistem First To Announce Atas Karya Cipta”, *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, Vol. 27 No. 2, 2018.
- Sukiati, Rahmadany, Muhamad Hasan Sebyar, Purnama Hidayah Harahap. “Hak Cipta Sebagai Objek Wakaf dalam Konteks Fiqh dan Hukum Positif”, *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, Vol. 8 No. 1, 2023.
- Sulastri H, Liyana N. F. “Peran Akun TikTok Sebagai Sarana Penyuluhan Pajak Dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Pajak Pelaku Umkm”, *Jurnal Pajak Indonesia*, Vol.7 No.2, 2023.
- Sumarjo Makitulung, Arrisman. “Analisis Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Pengguna Media Social Aplikasi TikTok Ditinjau Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, *Journal Of Law And Nation (Joln)*, Vol. 2 No. 3, 2023.
- Sutisna. “Pandangan Hukum Islam Terhadap Hak Cipta”, *Mizan: Journal Of Islamic Law*, Vol. 5, No. 1, 2021.
- Thomas, Meldy Rivan. “Masa Berlaku Hak Ekonomi Pencipta Atau Pemegang Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, *Jurnal Lex Privatum*, Vol.IX/No.1, Januari-Maret 2021.
- Wahdaniah, Muh Jamal Jamil. “Perspektif Hukum Islam Terhadap Pengalihan Hak Cipta Melalui Hibah”, *Qadauna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Keluarga Islam*, Vol. 1 No. 2, 2020.
- Wahyu Simon Tampubolon. “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Ilmiah “Advokasi”*, Vol. 04. No. 01, 2016.
- Yumita Sari Dianti, Robbi Zidni Ilma. “Analisis Peran Manajerial Dalam Memotivasi Karyawan (Studi Kasus Pada PT. Djawa Kreasi Solusindo)”, *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, Vol. 10 No. 4, 2024.

Yusuf, Muhammad. “Pengaruh Electronic Commerce (E-commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara”, *Jurnal Akuntansi STEI*, Vol.7 No.1, 2022.

SKRIPSI

Ginting, Jimmi Perdinan. “Perlindungan Hak Cipta Cover Lagu Yang Dipublikasi Di Youtube Tanpa Izin Pencipta Lagu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”. Skripsi, Universitas HKBP Nommensen, 2022.

P, Resti Dhyah. Perlindungan Hukum Pencipta Karya Sinematografi terhadap Pelanggaran Hak Cipta melalui Situs Streaming dan Unduh Gratis di Era Revolusi Industri 4.0. Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2019.

Pitaloka, Vernanda Diah. “Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Afiliasi TikTok”. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023.

Rachmat, Brilliant Kusuma. “Perlindungan Hukum Terhadap *Affiliator* Dalam Pemberian Komisi Pada Program *platform* TikTok Perspektif Kuhperdata”. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.

Sari, Ima Frafika. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program TikTok *Affiliate*”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023.

Sari, Putri Wulan. “Penawaran Produk Dengan Sistem *Affiliate* Pada Aplikasi TikTok Perspektif Fiqih Muamalah”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.

Susanto, Daniel. “Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten TikTok #Racunshopee”. Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2021.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, pasal 3

Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016

Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Sekretariat Negara Republik Indonesia, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer).

WEBSITE

@Hodi****ta, “why”, TikTok. Available at:

<https://www.TikTok.com/@hodiucchata/video/7260907887529037061>,

(diakses pada tanggal 13 september 2024, pukul 22:43).

@Muti**Azl_. “Iseng Cek Platform Sebelah Ternyata Video Aku Dicuri”, TikTok. Available at: <https://Vt.TikTok.Com/Zsjdtuoy/>, (diakses pada tanggal 12 november 2024, pukul 10.11).

@Sy***Aa. “Pencurian Video Oleh Brand @femin*mb***y”, TikTok. Available at: <https://Vt.TikTok.Com/Zsjd3wukr/>, (diakses pada tanggal 12 november 2024, pukul 10.04).

Caca, varisha. “Cara Membuat Video Pemasaran Produk dan Jenis-jenisnya”. Available at: <https://id.linkedin.com/pulse/cara-membuat-video-pemasaran-produk-dan-rizka-della>. (diakses pada tanggal 12 september 2024, pukul 8:50).

CNN Indonesia. “Apa Itu *Affiliator*? Ini Pengertian, Manfaat, dan Syaratnya”. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230927103855-569-1004294/apa-itu-affiliator-ini-pengertian-manfaat-dan-syaratnya>. (diakses pada tanggal 28 september, pukul 23:19).

Ipindo. Available at: <https://www.ipindo.com/masa-berlaku-pelindungan-hak-cipta>. (diakses pada tanggal 11 september 2024, pukul 19:48).

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Available at: <https://kbbi.web.id/hak>. (diakses pada 12 september 2024, pukul 9.04).

Kementrian Keuangan Republik Indonesia, “Tinjauan Terhadap Gugatan Perbuatan Melawan Hukum”. Available At:

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14384/tinjauan-terhadap-gugatan-perbuatan-melawan-hukum.html#:~:text=Kerugian%20dalam%20hukum%20perdata%20dapat,mungkin%20diterima%20di%20kemudian%20hari>. (diakses pada tanggal 12 november 2024, pukul 0.16).

Kominfo, "Ragam Sanksi bagi Penyelenggara Sistem jika Langgar Ketentuan PSE Privat", Available at: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/05/ragam-sanksi-bagi-penyelenggara-sistem-jika-langgar-ketentuan-pse-privat/#:~:text=Kemudian%20bagi%20PSE%20yang%20telah,L%20yang%20mengajukan%20C%E2%80%9D%20infonya.&text=Para%20pembicara%20dalam%20Webinar%20Sosialisasi,memfasilitasi%20penyebaran%20konten%20yang%20dilarang>, (diakses pada tanggal 9 Januari 2025, pukul 13:16).

Maksum rangkuti. "Perlindungan dan Penegakan Hukum: Menjaga Keadilan dan Ketertiban". Available at: <https://fahum.umsu.ac.id/perlindungan-dan-penegakan-hukum-menjaga-keadilan-dan-ketertiban/#:~:text=Perlindungan%20dan%20penegakan%20hukum%20adalah%20pondasi%20utama%20dalam%20menjaga%20ketertiban,aman%20adil%20dan%20berkeadilan>. (diakses pada tanggal 11 november 2024, pukul 12.39).

TikTok Help Center, "Intellectual Property Policy". Available at: <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright#3>, (diakses pada tanggal 11 november 2024 pukul 1:56).

Tiktok shop. Available at: <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-commerce?lang=id>. (diakses 12 september 2024 jam 8.56).

TikTok. Available at: <https://support.tiktok.com/id/safety-hc/account-and-user-safety/copyright>. (diakses tanggal 8 november 2024, pukul 11.15).

Wikipedia. Available at: <https://id.wikipedia.org/wiki/Sinematografi>. (diakses pada tanggal 29 oktober 2024, pukul 11.30).

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zanuba Feby Kharisma
NIM : 204102020065
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur- unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai aturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 28 November 2024

Saya yang menyatakan,



Zanuba Feby Kharisma

NIM. 204102020065

BIODATA PENULIS**Data Diri**

Nama : Zanuba Feby Kharisma
 NIM : 204102020065
 Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 22 Februari 2002
 Alamat : Curah Sawah, Dusun Krajan Wetan, RT/RW
 002/004, Desa Paleran, Kec. Umbulsari, Kab. Jember
 Fakultas : Syari'ah
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Riwayat Pendidikan

1. SDN 03 Paleran : 2007 - 2013
2. SMPN 02 Umbulsari : 2013 - 2016
3. MA Unggulan Darul Ulum Jombang : 2016 - 2019
4. UIN KHAS Jember : 2020 - 2025