

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi ini, Indonesia termasuk negara yang mudah beradaptasi dalam perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Salah satu perkembangan teknologi dan informasi yang laju perkembangannya digaungi Indonesia ialah media sosial. Hal ini dapat terlihat dari laporan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada awal tahun 2022, menyatakan sebanyak 210 juta jiwa atau mencapai 77,02% dari total 272,68 juta jiwa penduduk Indonesia di tahun 2021 telah mengakses internet, dan sebanyak 98,02% diantaranya memilih alasan mengakses internet untuk membuka media sosial.¹

Tingginya intensitas penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting yang tidak dapat terpisahkan oleh masyarakat kontemporer. Hal mana, selain media sosial dijadikan sebagai sarana komunikasi oleh masyarakat, tak jarang pula media sosial digunakan untuk berbagi momen dengan pengguna media sosial lainnya. Adanya kegunaan media sosial untuk berbagi momen memungkinkan seluruh pengguna media sosial dapat melihat dan merespon momen tersebut. Oleh karenanya, tak jarang momen yang dibagikan di media sosial dapat memicu perhatian warganet untuk memperbincangkan sekaligus menyebarkan secara sukarela hingga membuat momen tersebut menjadi cepat menyebar atau viral di media sosial. Tersebarluasnya momen yang dibagikan di media sosial hingga membuat pengguna media sosial mengonsumsi momen tersebut, menjadikan momen yang telah dibagikan di media sosial dapat dimaknai sebagai konten viral.

Adapun sebagai wujud dari kebebasan berekspresi digital, saat ini setidaknya terdapat tiga jenis konten yang menghiasi tren viral di linimasa

¹Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022, *Profil Internet Indonesia 2022*, APJII, Jakarta, hlm.9.

media sosial yaitu diantaranya konten yang bersifat hiburan, konten yang informatif dan inovatif, serta konten yang bercorak kritik sosial. Konten-konten viral yang berasal dari unggahan momen pengguna media sosial tersebut pada dasarnya terwujud karena adanya ide pemilik konten yang tidak terpikirkan oleh pengguna lain. Hal mana, berbicara mengenai ide atau hasil pikiran seseorang dalam menciptakan sesuatu, maka ada kaitannya dengan Kekayaan Intelektual (KI) yang merupakan suatu hak atas kepemilikan karya yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang tertentu yang memiliki nilai moral, praktis, dan ekonomis.² Karya-karya yang lahir atau timbul dari kemampuan intelektual manusia tersebut dapat berupa karya di bidang seni, sastra, teknologi, dan ilmu pengetahuan.³

Dalam hal konten yang diunggah lalu menjadi viral di media sosial adalah konten yang dibuat berdasarkan inspirasi, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau kemampuan pemilik konten dan diwujudkan dalam bentuk nyata berupa rekaman video. Yang mana, rekaman video itu sendiri merupakan bagian dari karya sinematografi. Karya sinematografi merupakan suatu ciptaan atau karya audiovisual berupa gambar yang bergerak.⁴ Sehingga, oleh karena karya sinematografi termasuk karya yang dilindungi oleh hak cipta, ini berarti bahwa setiap rekaman video atau konten yang diunggah ke media sosial dapat dilindungi oleh hak cipta.

Hak cipta adalah hak eksklusif seorang pencipta yang secara otomatis timbul setelah suatu ciptaannya diwujudkan dalam bentuk nyata.⁵ Yang mana, adanya eksklusifitas terhadap hak pencipta menjadikan karya yang diciptakan tidak dapat dinikmati oleh pihak lain tanpa seizin pencipta. Dalam artian apabila orang lain ingin menggunakan hak eksklusif tersebut, maka harus

²Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, hlm. 2.

³Lovelly Dwina Dahren, 2021, *Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Cipta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*, Jurnal Eksekusi, Vol.3 No. 2, hlm. 106.

⁴Naely Alfiyatin Nakma, 2022, *Praktik Repost Video Youtuber Nihongo Mantappu Di Instagram (Kajian Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Dan Fatwa MUI)*, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, hlm.63.

⁵Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

meminta izin terlebih dahulu kepada pencipta karya atau dapat melalui perjanjian lisensi. Kemudian, mengenai hak cipta yang bersifat otomatis ialah berarti bahwa perlindungan terhadap suatu ciptaan secara otomatis akan timbul sejak ciptaan tersebut pertama kali diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa melakukan pendaftaran terlebih dahulu.⁶

Terkait konten yang diunggah lalu menjadi viral di media sosial dapat dilindungi oleh hak cipta, ini berarti bahwa pada konten tersebut juga akan terkandung hak-hak eksklusif pencipta konten yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi. Hak moral ialah hak yang melekat secara abadi pada diri pencipta atau pemilik konten untuk tetap melindungi nilai pribadi ciptaannya dari tindakan penyalahgunaan ciptaan seperti tidak mencantumkan nama pencipta karya pada penggunaan salinan ciptaan, menyalin ciptaan tanpa izin pencipta karya terlebih dahulu, merubah atau merusak hasil karya ciptaan tanpa persetujuan pencipta, dan lain-lain. Sementara, hak ekonomi ialah hak eksklusif yang dimiliki pencipta karya untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaannya.

Lebih lanjut, oleh karena hakikat daripada timbulnya hak cipta itu sendiri ialah otomatis setelah suatu ciptaannya diwujudkan dalam bentuk nyata. Dengan begitu, konten berupa video dan/atau karya sinematografi yang sudah diunggah ke media sosial Instagram ialah bukan milik umum, sebab dengan dipublikasikannya suatu ciptaan kepada publik justru akan semakin menegaskan timbulnya hak cipta pada konten tersebut. Namun, kembali lagi bahwa dalam perlindungan hak cipta konten berupa video dan/atau karya sinematografi memiliki jangka waktu perlindungan hak cipta selama 50 tahun sejak pertama kali karya tersebut diunggah ke media sosial oleh pencipta atau pemilik konten.⁷ Artinya, apabila suatu konten yang dipublikasi telah melebihi waktu 50 tahun, maka barulah konten tersebut dapat menjadi milik umum (*public domain*).

⁶Hari Sutra Disemadi dan Cindy Kang, 2021, *Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0*, Jurnal Komunikasi Hukum (JKH), Vol. 7 No. 1, <https://doi.org/10.23887/jkh.v7i1.31457>, hlm. 60.

⁷Pasal 59 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Berangkat dari uraian mengenai adanya perlindungan hak cipta yang telah diatur sedemikian rupa tersebut, harus diakui bahwa hadirnya kecanggihan teknologi di era digital saat ini dapat membawa implikasi besar terhadap pelaksanaan perlindungan karya cipta di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari adanya perkembangan teknologi yang bagaikan pisau bermata dua. Di mana, pada satu sisi teknologi memberikan kemudahan bagi semua orang untuk mempublikasikan hasil karya cipta atau konten seluas-luasnya, tapi di sisi lain teknologi juga ikut memfasilitasi terjadinya pelanggaran hak cipta berupa penggunaan konten secara *illegal* atau tanpa izin terlebih dahulu kepada pemilik konten atas penggunaan karyanya untuk umum.

Salah satu media sosial yang rentan terjadi pelanggaran hak cipta ialah Instagram. Instagram sebagai media sosial dengan peringkat kedua yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia menurut Hootsuite (*We are Social*)⁸ merupakan salah satu aplikasi media sosial yang sangat mudah untuk menemukan konten-konten viral. Hal ini dikarenakan fitur yang dirancang oleh media sosial Instagram memang difokuskan untuk berbagi foto dan video ke jejaring sosial melalui perangkat seluler, sehingga mudah bagi penggunanya untuk menemukan berbagai konten-konten yang menghiasi tren viral di media sosial Instagram.

Salah satu pelanggaran hak cipta yang marak ditemukan pada platform media sosial Instagram yaitu berasal dari akun-akun yang dibuat secara khusus oleh penggunanya untuk mengunggah kembali (*re-post*) konten-konten viral berupa video yang bersifat hiburan di akun Instagram miliknya, yang tak jarang perbuatan tersebut dilakukan tanpa mencantumkan nama pengguna Instagram yang menciptakan konten tersebut atau dalam kata lain dapat diartikan bahwa pengunggahan kembali (*re-post*) konten-konten viral tersebut dilakukan tanpa izin pengunggah pertama atau pencipta konten terlebih dahulu, kemudian dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan secara pribadi melalui jasa promosi berbayar atau *paid promote*.

⁸ <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, diakses pada tanggal 30 Agustus 2022 pukul 21.18.

Pentingnya penghargaan atas suatu karya cipta digital inilah yang menjadi alasan penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisis lebih dalam mengenai **“PENGUNGGAHAN KEMBALI KONTEN TANPA IZIN UNTUK KEPENTINGAN KOMERSIAL DI INSTAGRAM DITINJAU DARI UU NO.28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Setelah dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang menjadi perhatian bagi penulis, maka beberapa pokok permasalahan yang akan penulis rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan terkait pengunggahan kembali (*re-post*) konten tanpa izin untuk kepentingan komersial di Instagram ditinjau dari UU No.28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta?
2. Bagaimana peran pengawasan pemerintah terhadap tindakan pengunggahan kembali (*re-post*) konten tanpa izin untuk kepentingan komersial di Instagram?

C. RUANG LINGKUP PENELITIAN

Mengingat begitu luasnya cakupan masalah tentang hak cipta di Indonesia, maka ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini dibatasi dari segi pengaturan hak cipta karya sinematografi di media sosial Instagram yang menitikberatkan bahasan terkait unsur-unsur pelanggaran hingga perolehan akibat hukum terhadap kegiatan pengunggahan kembali (*re-post*) konten milik orang lain tanpa izin yang dilakukan oleh oknum pengguna Instagram dengan menggunakan akun yang dibuat secara khusus untuk mengunggah kembali (*re-post*) konten-konten milik orang lain dengan tujuan untuk memperoleh kepentingan komersial berupa jasa promosi berbayar atau *paid promote (PP)*.

D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pokok masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya ialah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dari sudut pandang hukum positif Indonesia mengenai kegiatan pengunggahan kembali (*re-post*) konten tanpa izin yang digunakan untuk kepentingan komersial di Instagram.
- b. Untuk mengetahui peran pengawasan pemerintah terhadap tindakan pengunggahan kembali (*re-post*) konten tanpa izin yang digunakan untuk kepentingan komersial di Instagram.

2. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan penulis terhadap penelitian ini diantaranya terdiri atas :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran yang bermanfaat untuk perkembangan Ilmu Pengetahuan terkait dengan Kekayaan Intelektual (KI) terkhususnya pada hak cipta atas suatu konten berupa video/karya sinematografi yang ditinjau dari segi bahasan terkait unsur-unsur pelanggaran hingga perolehan akibat hukumnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengguna Instagram dalam mengetahui dan memahami bidang hukum terkait Kekayaan Intelektual (KI) terkhususnya pada hak cipta atas suatu konten berupa video/karya sinematografi, serta terkait akibat-akibat hukum yang akan diterima atas pengunggahan kembali (*re-post*) suatu karya di media sosial tanpa izin pemilik karya, terlebih apabila pengunggahan kembali (*re-post*) tersebut digunakan untuk tujuan komersial.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian hukum ini ialah yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara mengkaji bahan kepustakaan atau data sekunder sebagai bahan utama untuk dilakukan penelusuran terhadap kaidah atau peraturan perundang-

undangan yang berkaitan dengan topik permasalahan yang sedang dikaji.⁹ Adapun yang menjadi dasar kajian dalam penelitian ini ialah bahwa hukum dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang menjadi acuan bagi setiap orang dalam berperilaku, sehingga penelitian yuridis normatif ini bermaksud untuk memberikan argumentasi hukum sebagai dasar penentu dalam mengetahui apakah fenomena pada persoalan yang diteliti tersebut telah benar atau salah serta bagaimana sebaiknya menurut hukum.¹⁰ Oleh karena itu, berarti bahwa objek dari penelitian yuridis normatif ini ialah dengan membandingkan antara *das sollen* (yang seharusnya) dan *das sein* (fakta di lapangan).

2. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan Undang-Undang (*statue approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Dalam pendekatan Undang-Undang itu sendiri dilakukan dengan cara menelaah Undang-Undang yang bersangkutan dengan isu hukum yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian.¹¹ Adapun peraturan perundang-undangan yang ditelaah dalam penelitian ini ialah Undang-Undang No.28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Sedangkan, dalam pendekatan kasus (*case approach*) dilakukan dengan cara menelaah kasus yang terjadi di dalam masyarakat seperti kasus kegiatan pengunggahan kembali konten tanpa izin dengan tanpa mencantumkan nama pencipta konten yang digunakan untuk memperoleh kepentingan komersial yang marak terjadi di instagram.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum normatif ini adalah data sekunder yang terdiri dari 3 (tiga) sumber bahan hukum, yaitu diantaranya :

⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji P, 2006, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 13-14.

¹⁰ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2017, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*, Cetakan IV, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm. 33.

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-11, Kencana, Jakarta, hlm. 93.

a) Sumber Bahan Hukum Primer

Sumber bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian hukum ini berasal dari bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat untuk dijadikan sebagai landasan dalam penelitian, seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

b) Sumber Bahan Hukum Sekunder

Sumber bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian hukum ini yaitu terdiri dari bahan-bahan yang dapat membantu peneliti dalam memahami dan menganalisis bahan hukum primer, seperti buku-buku hukum yang berkaitan dengan hak cipta, pendapat para ahli, jurnal hukum, wawancara dengan narasumber guna sebagai data pendukung, dan berbagai macam referensi lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

c) Sumber Bahan Non Hukum atau Tersier

Sumber bahan non hukum atau tersier yang digunakan dalam penelitian hukum ini yaitu terdiri dari bahan-bahan pendukung yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kitab hukum, ensiklopedia, media internet, laporan hasil survei yang diterbitkan oleh suatu lembaga, dan berbagai macam referensi lainnya.

4. Cara Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) cara, antara lain :

a) Studi Kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca, mengutip, dan menelaah bahan kepustakaan yang berasal dari media cetak maupun digital.

b) Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi secara langsung dengan narasumber yang ahli di bidang hukum terutama mengenai hak cipta, untuk memperoleh informasi pendukung yang tidak ditemukan dalam bahan kepustakaan. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan menggunakan

pertanyaan terbuka namun memiliki batasan tema yaitu terkait pelaksanaan Pasal 54 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis kualitatif, yaitu teknik analisis yang dilakukan dengan cara menguraikan data-data sekunder yang diperoleh peneliti secara rinci dan jelas kedalam bentuk kalimat-kalimat deskriptif yang pendalamannya dilengkapi dengan analisis secara normatif berdasarkan UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Dari hasil analisis tersebut kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu berupa penarikan kesimpulan yang bersifat khusus dari pernyataan-pernyataan yang bersifat umum.