BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam perkembangan globalisasi saat ini terutama di bidang teknologi dan komunikasi telah memberikan perubahan yang signifikan dalam aspek kehidupan. Hal ini didukung dengan adanya Internet yang juga merupakan sistem media elektronik untuk dapat melakukan komunikasi yang secara menyeluruh. Internet sendiri dapat diakses melalui komputer dan *gadget*. Adanya media internet ini telah menjadi suatu kebutuhan Masyarakat terutamanya setelah adanya Covid – 19 yang membuat orang – orang memutuskan untuk melakukan aktivitas dan atau bekerja dari rumah (WFH). Dikutip melalui laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2025 bertambah 6 juta pengguna atau yang dapat dipersentasekan menaik hingga 1% – 2% yakni sekitar 231 juta pengguna internet dibandingkan pada tahun 2024 yang hanya berada pada kisaran 225 juta pengguna Internet.¹

Para pengguna internet tidak memiliki batas usia. Kemudahan akses internet dapat diakses oleh anak – anak hingga orang dewasa sebagai sarana dalam melaksanakan interaksi secara online. Terdapat beberapa aplikasi online

¹ Leo Dwi Jatmiko, “Prediksi APJII Pengguna Internet RI Capai 231 Juta Pasa 2025”, Diakses Pada 26 Februari 2025, <https://teknologi.bisnis.com/read/20250123/101/1834227/prediksi-apjii-pengguna-internet-ri-capai-231-juta-pada-2025>

yang digunakan di Masyarakat Indonesia seperti halnya, *Instagram, Facebook, Whatsapp, TikTok, Telegram* dan lain sebagainya. Salah satu jenis aplikasi yang paling banyak digunakan salah satunya adalah aplikasi TikTok. Adanya TikTok sendiri merupakan salah satu *platform* jejaring sosial dan juga musik yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan sejak September 2016 oleh Zhang Yiming. Pandemi COVID-19 telah meningkatkan jumlah pengguna TikTok menjadi 2 miliar, melampaui 1,5 miliar pengguna Instagram di seluruh dunia.²

Melihat dari laporan *App Figure*, TikTok merupakan salah satu platform yang mendapat 54 juta kali unduhan baru melalui *App Store* sepanjang Agustus 2023 di Indonesia.³ Sehingga dari pada ini TikTok telah bersaing dengan posisi Instagram yang telah berada sebagai puncak *platform* tertinggi diunduh sejak 2023. Namun TikTok berhasil menduduki peringkat pertama untuk aplikasi yang paling sering diunduh sejak 2024 dengan jumlah 54 juta sedangkan Instagram menduduki posisi kedua dengan perolehan jumlah unduhan sebanyak 52 juta kali.⁴ *Platform* TikTok sendiri terdiri dari video pendek, sehingga pengguna dapat memilih tayangan apa yang mereka sukai serta dapat menuangkan kreativitasnya dalam bentuk video pendek. Aplikasi ini memungkinkan semua orang menjadi kreator dengan mudah dan mengekspresikan bentuk kreativitas dari pembuatan video pendek. Konten video adalah bentuk dari teknologi

² Agia Dwi Visi Utami, “Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19”, *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Subang, Vol. 4 No. 1, 2021, Halaman 43

³ CNN Indonesia, “Tiktok Jadi Raja Aplikasi Dunia, Kalahkan Instagram Hingga WhatsApp”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp> Diakses Pada 26 Februari 2025

⁴ Ibid.

informasi dan elektronik yang berupa gambar bergerak dan juga dapat dinikmati secara visual oleh banyak orang. Di dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menyatakan bahwa :

“Data elektronik adalah satu atau kumpulan informasi elektronik, termasuk namun tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rencana, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (electronic mail, telegram, telex, telecopy atau sejenisnya, Huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.”

Fenomena ini telah melahirkan komunitas konten kreator yang aktif dan beragam, yang karyanya sering kali menjadi viral dan mendapatkan perhatian luas. Seorang Konten Kreator, adalah seorang yang menciptakan dan juga membagikan beberapa konten positif dan baik yang berupa tulisan, gambar dan juga video atau gabungan dari keduanya.⁵ Seorang konten kreator memiliki tujuan utama yang dimana untuk menghibur, mengedukasi serta memberikan informasi kepada penonton video mereka. Video yang dibuat oleh konten kreator merupakan bentuk dari kreativitasnya dalam menyampaikan sesuatu untuk para penontonnya maka dapat dikatakan bahwa tidaklah mudah untuk menjadi seorang konten kreator. Hal ini dikarenakan perlunya memiliki suatu keahlian dalam melakukan kreativitas dan juga membentuk suatu karya yang baru dalam menghasilkan suatu konten yang berbentuk gambar maupun video yang bernilai artistik dan memiliki manfaat bagi para penontonnya. Bentuk konten yang dibuat oleh konten kreator termasuk kedalam salah satu bentuk Hak

⁵ Daniel Hermawan, “Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial.” Universitas Katolik Parahyangan. 2018.

Kekayaan Intelektual (HKI).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan salah satu bentuk hasil dari adanya produktivitas dari seseorang ataupun kelompok dalam memproduksi hasil kecerdasan berfikir yang berupa teknologi, pengetahuan, seni, sastra, lagu, karya tulis, karikatur dan juga lain sebagainya. Di Indonesia, ruang lingkup dari Hak Kekayaan Intelektual sendiri adalah bentuk dari Hak Cipta yang diatur didalam Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Tidak ada ketentuan langsung dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan secara eksplisit terkait dengan hak cipta, tetapi ada ketentuan yang mendukung perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk hak cipta, sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kehidupan nasional dan meningkatkan kesejahteraan umum. Menurut Alinea 4 Pembukaan Undang – Undang Dasar Republik Indonesia 1945 yang menjelaskan bahwa :

“Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar kepada Ketuhanan yang maha esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”

Tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa ini sejalan dengan perlindungan terhadap hak cipta, karena hak cipta memberikan insentif bagi pencipta untuk terus berkarya, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas pendidikan dan budaya nasional. Selain itu melihat pada Pasal Pasal 28C Ayat (1) Undang –

Undang Dasar Republik Indonesia 1945 menegaskan bahwa “Setiap orang berhak atas kebebasan berpikir dan berpendapat.” Dalam hal ini memiliki makna bahwa Kebebasan ini mendukung hak individu untuk menciptakan karya intelektual dan menyebarkannya, yang merupakan inti dari hak cipta.

Secara general, Hak Cipta merupakan salah satu bentuk hak eksklusif bagi para pencipta yang akan muncul secara otomatis dengan berdasarkan adanya prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan dibuat secara fisik, tanpa mengurangi adanya batasan yang ditetapkan oleh perundang – undangan yang berlaku. Bentuk ciptaan dalam hal ini yang menjadi suatu perlindungan hak cipta adalah karya sinematografi. Di Indonesia, karya sinematografi dijelaskan pada Pasal 40 Ayat (1) Huruf m Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, bahwasannya :

“Yang dimaksud dengan Karya Sinematografi yakni salah satu bentuk ciptaan yang dihasilkan dimana berupa gambar yang bergerak (*moving images*), antara lain film documenter, film iklan, reprtase atau film cerita yang dibuat dengan scenario, dan film kartun. Karya Sinematografi dapat dibuat dalam pita seluloid, pita video, piringan video, cakram optikdan/atau media lain yang memungkinkan untuk dipertunjukkan di bioskop, layar lebar, televisi, atau media lainnya. Sinematografi merupakan salah satu contoh bentuk audiovisual.”

Konten video TikTok merupakan salah satu bentuk dari audiovisual karya Sinematografi. Didukung dengan penjelasan pada Pasal 1 Ayat (1) Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka Konten Video juga termasuk kedalam indikator suara dan gambar yang dapat bergerak.⁶

⁶ Firda Ummi Kulsum, Abdul Rokhim, dan Rahmatul HidAyati, 2023, “*Perlindungan Hukum Kreator TikTok atas Penggunaan Konten Sebagai Merek (Brand) Untuk Kepentingan Komersial*”, Jurnal Mercatoria, Volume 16 Nomor 2, Halaman 181

Konten video dapat dengan mudah terkenal (*viral*) melalui *platform* TikTok saat ini mengingat pengguna TikTok yang banyak di Indonesia. Dengan adanya konten video yang menarik dapat menambah ketertarikan penonton untuk menambah *viewers* (jumlah penonton video) dan menekan tombol suka serta berkomentar di dalam videonya. Sebagai konten *platform* Tiktok maka video yang diunggah atau dilakukan secara *streaming* melalui TikTok juga akan secara otomatis dapat dilihat oleh semua orang dan masuk kedalam beranda mereka melalui *fyp* (*for your page*). Banyak dari konten video yang berasal dari TikTok tersebut juga diteruskan kepada orang lain untuk mereka dapat menonton video tersebut.

Namun, dengan meningkatnya popularitas TikTok, muncul pula tantangan terkait perlindungan hak cipta atas konten yang dihasilkan. Seringkali, karya-karya tersebut diunggah ulang baik di *platform* TikTok maupun di *platform* lainnya oleh pihak ketiga tanpa izin untuk tujuan komersial, seperti promosi produk atau layanan. Praktik ini tidak hanya merugikan konten kreator dari segi ekonomi, tetapi juga dapat merusak reputasi dan integritas karya mereka. Adanya bentuk pengkomersialan kembali oleh pihak lain tanpa meminta izin akun yang asli maka hal ini sangat bertentangan dengan Pasal 9 Ayat (3) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang dimana menjelaskan bahwa “Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan”. Sedangkan pada Pasal 1 angka 12 Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menjelaskan bahwa “Penggandaan adalah proses,

perbuatan, atau cara menggandakan satu salinan Ciptaan dan/atau fonogram atau lebih dengan cara dan dalam bentuk apapun, secara permanen atau sementara”. Sementara pada Pasal 27 Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan :

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.”

Maka dengan ini bentuk dari pengandaan sesuatu yang telah dimiliki oleh orang lain tidak boleh atau dilarang untuk digunakan kembali oleh pihak lain tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta. Hal pengunggahan ulang (*re – uploading*) yang dilakukan oleh pihak lain sangat memberikan kerugian besar kepada pemilik konten yang asli.

Sebagai contoh kasus pribadi penulis, melalui akun TikTok @hallo.mirr, penulis sempat melakukan *live streaming* untuk berjualan produk usaha penulis. Namun tanpa diketahui, terdapat akun lain yang bernama @VānHā yang juga merekam *live streaming* penulis ketika berjualan dan kemudian mempublikasikannya dengan hal yang sama untuk digunakan dalam kepentingan komersial akun tersebut tanpa meminta izin terlebih dahulu. Hal tersebut dengan jelas dapat membuat kerugian yang sangat besar bagi penulis dengan mencari keuntungan dari video *live streaming* yang diunggah kembali.

Sebagai contoh lainnya, seorang konten kreator dengan akun tiktok bernama

@septriandivasaras membagikan perjalanan hidup sehatnya melalui sebuah Tiktok video yang diunggah melalui akun tiktok miliknya mengalami pembajakan oleh akun Tiktok lain. Akun tersebut menggandakan video konten kreator tersebut untuk dijadikan video testimoni obat pelangsing tanpa izin dari konten kreator tersebut ataupun mencantumkan nama dari akun konten kreator tersebut. Kemudian pihak ketiga mengkomersialkan videonya melalui platform Instagram dan TikTok.

Dikutip melalui Jurnal Layla Mazidatus Sa'adah, menjelaskan bahwa faktor penyebab terjadinya pelanggaran Hak Cipta di TikTok dengan tujuan untuk menghasilkan uang dan keinginan untuk mendapatkan popularitas dan pengikut baru (*followers*).⁷ Bagi orang-orang yang tidak memiliki banyak pekerjaan, melanggar hak cipta dapat menghasilkan banyak uang. Karena mereka yang mengunggah ulang konten tanpa izin tidak dikenakan biaya untuk mempersiapkannya, keuntungan yang diperoleh secara ilegal jauh lebih besar daripada yang diperoleh secara legal.⁸ Belum banyak diketahui oleh konten kreator untuk bagaimana dapat melaporkan pihak lain yang menyalahgunakan kontennya untuk dikomersialkan tanpa izin. Implementasi perlindungan hukum terhadap konten kreator TikTok yang karyanya diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial masih menghadapi berbagai kendala. Kurangnya

⁷ Layla Mazidatus Sa'adah, dkk, "*Analisis Pelanggaran Hak Cipta Terhadap Ketidaketisan Penggunaan Media Sosial TikTok*", JATI : Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika, Volume 8 Nomor 4, 2024, Halaman 7640

⁸ Naila Fadhila 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)*", Jurnal Ilmiah Mahasiswa : Bidang Hukum Keperdataan. Volume 8 Nomor 2, 2023, Halaman 403

pemahaman masyarakat mengenai hak cipta, serta minimnya penegakan hukum yang efektif, menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, platform digital seperti TikTok sering kali beroperasi secara global, sehingga menimbulkan kompleksitas dalam penegakan hukum lintas negara.

Walaupun TikTok memiliki kebijakan untuk melindungi hak cipta, implementasinya tidak selalu konsisten, dan sering kali konten yang melanggar tetap dapat diakses oleh publik. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konten kreator di platform digital memerlukan pendekatan yang komprehensif, melibatkan kerjasama antara pembuat kebijakan, penyedia platform, dan pengguna untuk menciptakan ekosistem digital yang adil dan menghormati hak kekayaan intelektual. Oleh karena itu, Penulis ingin mengkaji lebih lanjut terkait dengan permasalahan tersebut dengan judul penelitian penulis yakni **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONTEN KREATOR TIKTOK YANG DIUNGGAH ULANG OLEH PIHAK KETIGA UNTUK KEPENTINGAN KOMERSIAL.”**

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Perlindungan Hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial berdasarkan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta ?
- 2) Apa saja hak – hak yang dilanggar oleh pihak ketiga yang mengunggah ulang konten TikTok kreator lain untuk kepentingan komersial menurut

Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta ?

C. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya, setiap studi membutuhkan tujuan yang jelas dan terperinci. Hal ini penting agar penulis dapat mencapai solusi untuk masalah yang dirumuskan dalam penelitian tersebut. Berikut adalah tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian skripsi ini :

- 1) Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial berdasarkan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
- 2) Untuk mengetahui hak – hak yang dilanggar oleh pihak ketiga yang mengunggah ulang konten TikTok kreator lain untuk kepentingan komersial menurut Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pokok permasalahan dan tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya. Berdasarkan kegunaannya, penelitian ini dapat dianalisis dari tiga aspek :

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam menemukan solusi atas permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial. Penulis juga berharap agar karya ini dapat menjadi tambahan bahan pustaka dan memberikan kontribusi ilmiah serta teoritis yang

bermanfaat dalam pemahaman, pemikiran, dan perspektif baru. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan bagi studi lebih lanjut untuk menghasilkan konsep-konsep ilmiah dalam proses pembelajaran.

2. Bagi Kelembagaan

Bagi para pemangku kepentingan, baik dari lembaga legislatif maupun eksekutif, diharapkan untuk memberikan masukan yang berbasis keilmuan dalam membangun kerangka teoritis dan yuridis di bidang hukum, khususnya yang berkaitan perlindungan hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan Komersial.

3. Bagi sosial/Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan dan pemahaman masyarakat, serta menjadi referensi untuk kajian lanjutan, terutama yang berkaitan dengan prinsip-prinsip hukum yang berhubungan dengan perlindungan hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan Komersial. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat menyuguhkan informasi yang bermanfaat di bidang hukum, terutama dalam konteks perlindungan hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial termasuk regulasi hak cipta di Indonesia serta perlindungan hak-hak konten kreator di era digital.