

PERLINDUNGAN KARYA CIPTA KONTEN SOCIAL NETWORKING SITES PADA PLATFORM DIGITAL: PELANGGARAN DAN SANKSI HUKUM

Marshella Evelyn Bernard, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: marshellaevelyn30@gmail.com

Ni Ketut Supasti Dharmawan, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: supasti_dharmawan@unud.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2024.v12.i04.p19>

ABSTRAK

Tujuan pendalaman studi ialah untuk menelaah pengaturan perlindungan karya cipta konten social networking sites pada platform digital, serta untuk mengelaborasi jenis sanksi hukum yang berkaitan dengan pelanggaran terhadap ciptaan karya konten. Penulisan kajian ilmiah ini menggunakan metode penelitian normatif atau penelitian kepustakaan dengan mengombinasikan pendekatan yuridis dan analitis. Hasil pendalaman kajian ilmiah menjelaskan bahwasanya tiap karya cipta konten pada platform digital saat dipublikasikan pertama kali merupakan karya yang dilindungi dan diatur secara jelas pada Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Adapun sanksi-sanksi dapat diterapkan pada pelaku pelanggaran karya cipta konten tercantum pada Pasal 113 Undang-Undang Hak Cipta.

Kata Kunci: Karya Cipta, Social Networking Sites, Platform Digital.

ABSTRACT

The intention of this in-depth study is to consider the regulations for the protection for copyrighted works of content on social networking sites on digital platforms, as well as to elaborate on the types of legal sanctions related to violations of copyrighted content. This scientific study uses a normative legal research methods or literature research by combining juridical and analytical approaches. The out-turn of the in-depth study explain that every work of content creation on digital platforms when it is first published is a work that is protected and clearly settled in Article 40 paragraph (1) of Law Number 28 of 2014 concerning Copyright. The sanctions that can be applied to perpetrators of content copyright infringement are listed in Article 113 of the Copyright Act.

Keywords: Copyright Works, Social Networking Sites, Digital Platform.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada masa kini, *Internet of Things* atau *IoT* merupakan salah satu tanda yang menunjukkan terjadinya revolusi dunia yang perlahan memasuki era *society 5.0* yang sebelumnya berada dalam era *Industrial Revolution 4.0*. Skema *Internet of Things* ialah yang mana objek dapat melakukan transmisi data hanya dengan melalui jaringan tanpa adanya interaksi dua arah¹. Hal ini juga membuktikan bahwa dengan

¹ TekenAja! (2022). Siakah Indonesia Menghadapi Era "Society 5.0"? Diakses melalui <https://www.djelas.id/siakah-indonesia-menghadapi-era-society-50/#:~:text=Saat%20ini%20dunia%20telah%20memasuki,maupun%20manusia%20ke%20perangkat%20komputer.>

perkembangan teknologi digital, mampu membawa manusia menjalani kehidupan tanpa adanya jarak dan kian terhubung yang disebut sebagai *hyper-connected society*². Kondisi *hyper-connected society* membuat setiap orang dapat terus terhubung satu sama lain dan mengakses konten digital dalam jumlah tak terbatas, di mana pun dan kapan pun³. Kesuksesan teknologi digital pada era *hyper-connected society* mengubah interaksi manusia dengan manusia melalui sebuah teknologi mesin, jaringan, aplikasi, dan media-media lainnya⁴.

Perkembangan teknologi digital menghadirkan berbagai macam media sosial yang sekarang ini hampir digunakan di seluruh dunia. Media sosial sendiri menurut Boyd yang mengutip pendapat Nasrullah, merupakan sekumpulan perangkat lunak yang dapat mempermudah individu dan komunitas tanpa adanya hal ruang dan waktu yang membatasi satu sama lain untuk melakukan interaksi atau hubungan, berbagi informasi, dan dalam situasi tertentu berguna sebagai hiburan⁵. Adapun jenis media sosial yang dibagi menjadi 6 (enam) oleh Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein⁶, diantaranya sebagai berikut: **Pertama**, *Collaborative Projects*. Adanya kolaborasi konten yang dilakukan oleh beberapa pengguna dengan mengizinkan dilakukannya penambahan, pengurangan, ataupun perubahan isi konten. **Kedua**, *Blogs*. Bentuk media sosial yang paling populer dan biasanya berisikan teks dengan fungsi sebagai tempat untuk mengekspresikan dalam wujud tulisan. **Ketiga**, *Content Communities*. Komunitas untuk berbagi konten ke sesama pengguna dalam bentuk teks, foto atau gambar, video, presentasi powerpoint. **Keempat**, *Social Networking Sites*. Situs web dengan fungsi menghubungkan ataupun mengundang pengguna lain untuk saling bertukar pesan instan secara daring. **Kelima**, *Virtual Games World*. Platform dunia virtual dengan menampilkan desain tiga dimensi, menciptakan avatar bagi pengguna platform, dan berinteraksi dengan sesama pengguna. **Keenam**, *Virtual Social World*. Hampir sama dengan jenis kelima, yaitu merupakan dunia virtual, tempat dimana pengguna dapat melakukan kehidupan virtual yang bebas.

Laju era *hyper-connected society* ini dipercepat dengan muncul dan berkembangnya berbagai aplikasi media sosial seiring dengan perubahan teknologi digital. Ditambah dengan adanya wabah Covid-19 memaksa masyarakat untuk melakukan aktivitas secara digital. Berdasarkan misi ilmiah dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019 - Q2 2020, menunjukkan adanya peningkatan penggunaan internet sebesar 73,7 persen dibanding tahun lalu atau terdapat sekitar 196,7 juta pengguna internet di Indonesia⁷. Jumlah pengguna

² Samsithawrati, P.A, Kurniawan, I.G.A, dan Dharmawan, N.K.S, "Model Perjanjian Bisnis Kreatif Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan *Start-Up* Berbasis *Paid Promote*: Era *Hyper-Connected Society*", *Acta Comitatus* Vol. 7, No. 3, (2022), 355.

³ Dharmawan, N.K.S, Sarjana, I.M, Kurniawan, I.G.A, dan Samsithawrati, P.A, "The Existence of *Collective Management Organization for Copyrights Protection: Do Its Roles Applicable for Dance Copyright Work?*", *Atlantis Press*, (2023), 863.

⁴ Samsithawrati, P.A, Kurniawan, I.G.A, dan Dharmawan, N.K.S, *op.cit*, hlm. 356.

⁵ Warpindyastuti, Lady Diana, dan Sulistyawati, Meiva Eka Sri, "Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta", *Jurnal Sekretari dan Manajemen* Vol. II, No. 1, (2018), 92

⁶ Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, *User of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, (Business Horizons, 2010), pp. 59-68.

⁷ APJII. (2020). "Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 - Q2 2020". Diakses melalui <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>

internet di Indonesia terus naik tiap tahunnya, hingga tahun 2023 terdapat sekitar 215 juta pengguna internet⁸. Dengan demikian penduduk Indonesia terus terhubung satu sama lain diberbagai pulau dengan menggunakan akses situs jejaring sosial atau *social networking sites*. *Social Networking Sites* atau disingkat SNS sebagai salah satu fasilitas teknologi telah menjadi kebutuhan masyarakat dalam dunia digital, baik dari semua kalangan dan rentang usia. *We Are Social: Indonesian Digital Report 2023*⁹ sebagai lembaga survei internasional mencatat bahwa terdapat daftar situs web yang frekuensi kunjungannya sangat tinggi atau dengan kata lain banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, diantaranya Google, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, TikTok, dan masih banyak lagi lainnya.

Masyarakat sudah terbiasa dengan melakukan rutinitas secara digital selama dua tahun belakangan. Kini, teknologi digital dan platform digital telah menjadi kebutuhan masyarakat. Rutinitas keseharian masyarakat seperti pendidikan, pekerjaan, transportasi, hiburan, dan hal lainnya terus mengandalkan kecanggihan teknologi digital. Aplikasi-aplikasi media sosial tidak hanya memberikan hiburan semata dan bertukar informasi, melainkan juga bisa memberikan pemasukan ekonomi. Seperti halnya pada aplikasi Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, pengguna aplikasi-aplikasi tersebut dapat mendapatkan uang dari melakukan penjualan secara online dan membuat karya cipta konten.

Semakin canggih dan mudahnya teknologi digital sekarang ini, maka semakin meningkat pula tindakan beberapa oknum yang dapat merugikan pencipta dan menimbulkan permasalahan di bidang Kekayaan Intelektual. Permasalahan pada sektor Kekayaan Intelektual, terkhusus pada bagian Hak Cipta sampai sekarang ini masih sering terjadi di media sosial. Seperti mengambil, mengunggah ulang, menghilangkan identitas pencipta, mengubah, dan/atau memodifikasi karya cipta konten tanpa izin dari pencipta. Pelanggaran-pelanggaran tersebut banyak dilakukan pada karya cipta konten fotografi, gambar/ilustrasi, lagu/musik, sastra, dan sinematografi. Berdasarkan uraian tersebut, pelanggaran hak cipta pada konten SNS tidak hanya mengekang pada satu tipe konten, melainkan menargetkan keseluruhan karya yang dihasilkan dan disebarakan melalui platform digital. Dengan demikian, dalam kajian ini akan membahas mengenai perlindungan karya cipta konten *social networking sites* pada platform digital.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan perlindungan hukum terhadap karya cipta konten *social networking sites* pada platform digital?
2. Bagaimana sanksi hukum terkait dengan pelanggaran terhadap karya cipta konten *social networking sites*?

1.3. Tujuan Penulisan

Penulisan kajian ilmiah ini bertujuan untuk menelaah ulang peraturan perlindungan terhadap karya ciptaan konten *social networking sites* pada platform digital, serta untuk mengelaborasi jenis sanksi hukum yang berkaitan dengan pelanggaran terhadap karya cipta konten *social networking sites*.

⁸ Survei APJII. "Survei Internet APJII 2023". Diakses melalui <https://survei.apjii.or.id/>.

⁹ Andi.Link. "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023". Diakses melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

2. Metode Penelitian

Kajian studi ini memanfaatkan metode penelitian hukum normatif atau penelitian kepustakaan yang dikombinasikan dengan pendekatan yuridis (*Juridical Approach*) dan Pendekatan Analitis (*Analytical Approach*). Pendekatan yuridis dilakukan dengan menelaah permasalahan hukum yang timbul pada ruang lingkup Kekayaan Intelektual, yaitu Hak Cipta. Sedangkan, Pendekatan analitis adalah pendekatan dengan mengelaborasi istilah-istilah yang terdapat pada ketentuan regulasi yang mengatur mengenai hak cipta. Model analisis kajian studi ini yaitu menggunakan identifikasi fakta hukum atau norma yang konkret¹⁰. Materi hukum yang digunakan berasal dari sumber hukum primer dan sekunder, yaitu Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta sebagai bahan primer, serta sumber bahan sekunder meliputi buku yang berkaitan dengan pembahasan penulisan, jurnal nasional & internasional, dan website resmi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengaturan Perlindungan Hukum Terhadap Karya Cipta Konten *Social Networking Sites* Pada Platform Digital

Seperti yang telah diuraikan oleh Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, *Social Networking Sites* berfungsi untuk menghubungkan penggunaannya melalui platform digital. Tiap aplikasi *social networking sites* memiliki sistem yang berbeda-beda, namun fungsi penerapannya tetap berfokus untuk membangun interaksi oleh salah satu pengguna dengan pengguna lainnya¹¹. Dengan berkembangnya teknologi digital, aplikasi *social networking sites* kini memiliki segudang kegunaan bagi para penggunaannya, salah satunya dapat menjadi tempat untuk menciptakan sebuah karya. Tidak hanya berguna sebagai hiburan dan mencari informasi, tetapi juga berguna untuk mencari penghasilan dengan menciptakan karya-karya konten. Karya-karya konten *social networking sites* ini bukan hanya menguntungkan pencipta konten melainkan juga dapat merugikan dan sebaliknya dapat menguntungkan para penikmat konten yang mengunggah ulang karya cipta konten ke berbagai platform digital. Kerugian yang dialami kreator dapat berupa kerugian Hak Ekonomi dan Hak Moral jika karya ciptanya diunggah ulang ke berbagai platform digital.

Karya cipta konten bentuk apapun jika sudah dipublikasikan pertama kali pada platform digital, maka sudah pasti mendapatkan perlindungan hukum¹², serta karya cipta konten merupakan hasil ciptaan yang mengandung nilai artistik dari pembuat konten (*Content Creator*). Menurut Blow Mersha & G/Hiwot Hadush, kekayaan intelektual mempunyai cakupan yang luas, karena kekayaan intelektual berhubungan dengan properti yang dihasilkan dari kegiatan industri, ilmiah, artistik dan berasal dari karya intelektual manusia, sehingga properti tersebut dilindungi oleh negara melalui undang-undang¹³. Karya cipta konten *social networking sites* pada platform

¹⁰ Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, (NTB, Mataram University Press, 2020), 83.

¹¹ Welta, Fretty. "Perancangan *war* Sebagai Media Informasi Bagi Pemerintah" Seminar Ilmiah Nasional Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, dan Teknik Sipil", Vol. 5, (2013): 511.

¹² Sari, Novena, dan Sarjana, I.M, "Perlindungan Hukum Mengenai Hak Cipta Karya Sastra Berbasis Digital Pada Situs *Online*", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya* Vol. 11, No. 3, (2023), 503.

¹³ Blow Mersha & G/Hiwot Hadush, "Law of Intellectual Property Teaching Material", dalam Ni Ketut Supasti Dharmawan, dkk (Eds), *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*, (Bali: Swasta Nulus, 2018), hlm. 9.

digital dapat berupa hasil potret atau fotografi, gambar ilustrasi, tulisan, puisi, video, lagu atau musik, dan film.

Pengaturan perlindungan hukum terhadap karya cipta konten *social networking sites* bisa ditempuh melalui dua jalur penyelesaian, seperti jalur pengadilan (*litigation*) dan jalur non pengadilan. Penyelesaian dengan cara litigasi atau pengadilan terbagi lagi menjadi dua jenis, yaitu jalur perdata dan pidana. Prosedur penyelesaian jalur perdata diselesaikan di Pengadilan Niaga dengan proses pemeriksaan gugatan ganti rugi. Lain hal dengan penyelesaian jalur pidana yang bermula pada pelaporan melalui institusi yang berwenang oleh pihak pencipta atau kreator yang dirugikan. Adapun penyelesaian melalui jalur non-pengadilan dengan mekanisme yang mencakup sistem alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan¹⁴. Penyelesaian melalui jalur non-pengadilan biasanya dikenal dengan istilah arbitrase.

Berdasarkan prinsip deklaratif, karya cipta yang telah direalisasikan dalam bentuk nyata memperoleh hak istimewa kreator secara otomatis tanpa mengurangi pembatasan yang diatur oleh ketentuan yang ada. Hal ini tercantum dengan jelas pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Menurut Sujud Margono, salah satu hak istimewa pada bidang kekayaan intelektual yang menunjukkan adanya *rights* atau hak yang diberikan pada seorang kreator atas karya buaatannya di bagian seni dan sastra disebut hak cipta¹⁵. Sejak ciptaan tersebut diwujudkan maka telah memperoleh hak cipta secara otomatis yang diakui oleh hukum¹⁶.

Terdapat 2 (dua) macam hak yang mendapatkan perlindungan hak cipta karena bersifat eksklusif, yaitu hak yang memiliki nilai moral dan hak nilai guna ekonomi yang merujuk pada Pasal 4 UUHC. Tanpa izin pencipta, orang lain tidak bisa mengambil dan memanfaatkan hak istimewa yang semata-mata dipunyai oleh pencipta atau kreator karena merupakan hak eksklusif¹⁷. Pasal 8 UUHC menjelaskan bahwasanya hak nilai guna ekonomi ialah wewenang khusus untuk memperoleh nilai ekonomi terhadap suatu karya melalui beberapa aktivitas diantaranya penerbitan, re-produksi dalam berbagai bentuk, adaptasi, terjemahan, mengaransemen, dan mengumumkan. Sedangkan hak yang otomatis melekat pada diri setiap pencipta atau kreator seperti pencantuman nama pencipta, asli atau nama samaran pada ciptaannya disebut sebagai hak moral¹⁸.

Adapun beberapa unsur hak cipta yang dapat diketahui dari penjelasan Pasal 1 angka 1 UUHC tersebut, antara lain: **Pertama**, hak eksklusif. **Kedua**, pencipta atau kreator. Pencipta atau kreator adalah seseorang yang menciptakan suatu kreasi baik dilakukan oleh dirinya sendiri atau bersama beberapa orang yang memiliki karakter

¹⁴ Dewi, D.A.P.A, dan Darmadi, A.A.S.W, "Pengaturan Perlindungan Karya Cipta Fotografi Yang Di Ambil Tanpa Izin Melalui Media Sosial Berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya* Vol. 4, No. 2 (2018), 5-6.

¹⁵ Margono, Sujud, *Hukum dan Perlindungan Hak Cipta*, (Jakarta: CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2003), hlm. 23.

¹⁶ Swari, P.D.A, dan Subawa, I.M, "Perlindungan Hukum Lagu Yang Diunggah Tanpa Izin Pencipta di Situs Youtube", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya* Vol. 6, No. 10 (2018), 7.

¹⁷ Fadhila, Ghaesany, dan Sudjana, Sudjana. "Perlindungan Karya Cipta Lagu dan/atau Musik yang Dinyanyikan Ulang (*Cover Song*) di Jejaring Media Sosial Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Jurnal Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an* Vol. 1, No. 2, (2018), 224.

¹⁸ Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dkk, *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*, (Bali, Swasta Nulus, 2018), 22.

khas, unik, dan pribadi. **Ketiga**, ciptaan. Ciptaan ialah tiap hasil karya berdasarkan inspirasi, pemikiran, dan imajinasi seseorang di bidang sains, seni, dan sastra yang diciptakan dalam bentuk nyata.

Perlindungan karya cipta konten bisa dilakukan dalam dua upaya, yaitu upaya *preventif* artinya untuk mencegah terjadinya pelanggaran maka pemerintah memberikan perlindungan melalui pendaftaran Hak Cipta. Serta upaya *represif* artinya jika terjadi pelanggaran maka dapat diselesaikan dengan cara melakukan gugatan melalui Pengadilan Niaga¹⁹.

Agar dapat mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta pada karya cipta konten *Social Networking Sites*, maka pemerintah mempunyai wewenang berdasarkan Pasal 54 UUHC, antara lain:

- a. Melakukan pemantauan dalam penciptaan dan publikasi karya cipta konten yang berhak cipta;
- b. Bekerjasama dengan otoritas berwajib domestik dan asing guna untuk mencegah pelanggaran konten yang berhak cipta; dan
- c. Mengawasi tindakan perekaman dengan media apapun.

3.2. Sanksi Hukum Terkait Pelanggaran Terhadap Karya Cipta Konten *Social Networking Sites*

Pelanggaran-pelanggaran terhadap karya cipta konten pada platform digital sebenarnya sering dijumpai ketika berselancar di beberapa aplikasi media sosial. Pasalnya, pelanggaran hak cipta melalui media social tidak lain adalah dengan mengunggah ulang, mengambil tanpa izin, menghilangkan identitas pencipta, mengubah, dan/atau memodifikasi karya cipta. Namun, tak banyak yang menyadari akan konsekuensi atau sanksi yang dapat mereka (dalam hal ini pelanggar) terima, jika pencipta membawa permasalahan tersebut ke jalur hukum. Pelaku-pelaku pelanggaran yang sudah bertindak merugikan para pencipta untuk keuntungan pribadinya wajib untuk diberikan tindakan hukum²⁰ agar pelanggaran-pelanggaran terhadap karya cipta konten *social networking sites* tidak lagi merajalela.

Beberapa pelanggaran karya cipta konten yang seringkali dilanggar oleh pengguna media sosial, diantaranya yaitu:

- a) Sanksi hukum bagi pelanggaran karya cipta konten fotografi/gambar /ilustrasi. Pelanggaran terhadap karya cipta konten fotografi/gambar/ilustrasi dalam media sosial dapat dijatuhi sanksi pidana jikalau pemegang hak karya cipta atau pencipta melaporkan perbuatan tersebut kepada pihak kepolisian. Hal ini juga diperjelas dalam Pasal 120 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, bahwa "*Tindak Pidana sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini merupakan delik aduan*". Oleh karena itu, segala tindakan seperti mengambil dan mengunggah ulang karya cipta fotografi/gambar/ilustrasi orang lain ke platform digital lainnya, dapat diberikan sanksi pidana apabila pencipta atau pemilik karya fotografi/gambar/ilustrasi melapor kepada otoritas berwajib. Dalam bidang hak cipta, suatu tindakan dianggap melanggar ketentuan undang-undang jika pemegang hak atau pencipta mengalami tindakan yang merugikan hak ekonominya. Hal ini termaktub dengan jelas pada isi Pasal 9 UUHC, ancaman sanksi pidana termaktub pada Pasal 113 ayat (1) UUHC.

¹⁹ Dewi, D.A.P.A, dan Darmadi, A.A.S.W, *loc.cit*.

²⁰ Dewi, G.P, dan Putra, D.N.R.A, "Tinjauan Yuridis Terhadap Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Kekayaan Intelektual", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Wicara* Vol. 8, No. 3, (2019), 3

Lebih jelas dalam Pasal 9 ayat (1) UUHC, disebutkan jikalau hak ekonomi kreator antara lain berupa melakukan publikasi, re-produksi, penerjemahan ciptaan, mengaransemen, distribusi karya atau salinan, peragaan, pemberitahuan, dan penyewaan hasil kreasi. Selain daripada pencipta atau kreator, jika ingin menggunakan hak nilai guna ekonomi maka harus mempunyai persetujuan dari pencipta atau pemilik karya cipta selaras dengan hukum positif. Lalu, pada Pasal 113 ayat (1) UUHC, dijelaskan bahwasanya seseorang yang melanggar hak ekonomi untuk pengguna komersial sebagaimana disebutkan dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i UUHC diancam dengan hukuman penjara paling lama satu tahun dan dengan paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).

Maksudnya, seseorang dapat dihukum dengan hukuman penjara paling lama satu tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah apabila ia menguntungkan dirinya sendiri dengan melakukan tindakan seperti mengambil dan mengunggah ulang karya cipta konten fotografi orang lain tanpa persetujuan, hal ini dianggap sebagai pelanggaran terhadap pencipta atau hak ekonomi pencipta atau kreator.

- b) Sanksi hukum bagi pelanggaran karya cipta konten lagu/musik.
Lagu adalah bentuk dari salah satu hak cipta yang dijamin perlindungannya dalam bidang seni sesuai dengan yang didefinisikan dalam Pasal 58 huruf d UUHC²¹. Pelanggaran karya lagu berhak cipta dapat ditemui di beberapa platform digital, contohnya seperti menggunakan lagu orang lain sebagai latarbelakang musik untuk konten video, mengunggah ulang lagu orang lain tanpa persetujuan untuk tujuan komersial, dan parahnya adalah memodifikasi lagu orang lain tanpa izin terlebih dahulu. Perbuatan tersebut jika menyulitkan para pencipta atau kreator, pencipta lagu atau pemegang hak dapat mengambil inisiatif dengan gugatan perdata untuk meminta kompensasi maupun tuntutan pidana.
Apabila pencipta menempuh gugatan perdata, sejalan dengan peraturan pada Pasal 99 ayat (1) UUHC maka pertama-tama pencipta lagu harus ke Pengadilan Niaga untuk mendaftarkan pengajuan gugatan atas pelanggaran hak cipta. Gugatan klaim kompensasi berupa penyerahan sebagian atau seluruh pendapatan yang diperoleh pelanggar berdasarkan Pasal 99 ayat (2) UUHC. Selain itu, pada Pasal 99 ayat (4) UUHC, pencipta lagu atau pemegang hak cipta lagu bisa memohon kepada Pengadilan Niaga untuk putusan sela agar dapat dilakukan penyitaan, pemberhentian atau penangguhan publikasi, re-produksi, dan/atau distribusi karya cipta yang dilanggar.
Selain gugatan perdata, pada Pasal 105 UUHC tuntutan secara pidana dapat diajukan tanpa mengurangi hak dari para pencipta. Ancaman sanksi pidana yang dapat dijatuhkan kepada para pelanggar dengan tujuan komersial atau menguntungkan dirinya, diatur dalam Pasal 113 ayat (2) UUHC dengan ancaman hukuman penjara paling lama tiga tahun dan denda sebesar lima ratus juta rupiah.
- c) Sanksi hukum bagi pelanggaran karya cipta konten sastra.
Berdasarkan Pasal 40 UUHC, tertera dengan jelas bahwasanya “karya yang dilindungi meliputi karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra,”. Hal ini menunjukkan jikalau dalam bentuk apapun karya sastra, misalnya berbentuk

²¹ Swari, P.D.A, dan Subawa, I.M, “Perlindungan Hukum Lagu Yang Diunggah Tanpa Izin Pencipta di Situs Youtube”, *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya* Vol. 6, No. 10 (2018), 4.

cerita pendek, kalimat motivasi, dan karya tulis ilmiah yang diunggah melalui platform digital tetap memiliki perlindungan hukum.

Sanksi yang dapat diterapkan jika terjadi pelanggaran hak cipta, khususnya karya cipta konten sastra pada platform digital adalah sanksi perdata dan pidana. Sanksi perdata berupa gugatan yang dilakukan ke Pengadilan Niaga dengan meminta sejumlah ganti rugi yang dihitung secara materiil dan immateril²². Pasal 1 nomor 25 UUHC menjelaskan bahwasanya seseorang yang melanggar hak nilai guna ekonomi terhadap pencipta, pemegang hak cipta, atau pemilik hak yang relevan wajib melakukan pembayaran sejumlah uang sebagai beban ganti rugi berdasarkan putusan pengadilan yang inkrah. Sedangkan sanksi pidana untuk pelanggaran karya cipta konten sastra mengacu pada ketentuan Pasal 113 ayat (3) UUHC dengan hukuman penjara empat tahun dan kompensasi denda sebesar satu miliar rupiah.

- d) Sanksi hukum bagi pelanggaran karya cipta konten sinematografi.

Berdasarkan bagian Penjelasan UUHC, karya sinematik atau sinematografi adalah karya dalam bentuk video atau gambar bergerak seperti film dokumenter, film iklan, film layer lebar dengan skenario, dan kartun. Pelanggaran karya cipta konten sinematografi banyak terjadi pada platform digital seperti Youtube, TikTok, dan Telegram.

Sanksi yang dapat diterapkan bagi pelanggar karya cipta sinematografi berupa gugatan perdata dengan membayar biaya kompensasi yang diputuskan oleh Pengadilan Niaga sesuai dengan pasal 96 ayat (1), pasal 99 ayat (2) dan (3) UUHC, serta tuntutan Pidana termaktub dalam Pasal 105 UUHC dengan ketentuan sanksinya diatur di dalam pasal 113 ayat (3) dan (4) UUHC.

pasal 113 ayat (3) UUHC menjelaskan bahwa seseorang yang melanggar hak cipta atau hak istimewa pencipta termasuk hak ekonominya sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat (1) a, b, e, dan huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

Pasal 113 ayat (4):

"Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.00.000.000,00 (empat miliar rupiah)."

4. Kesimpulan

Setiap karya cipta konten *social networking sites* (SNS) pada platform digital, ketika dipublikasikan pertama kali maka secara otomatis mendapatkan perlindungan melalui Undang-Undang Hak Cipta. Macam-macam jenis karya konten SNS telah disebutkan di dalam Pasal 40 ayat (1) UUHC. Adapula 2 (dua) bentuk sanksi bagi mereka yang melakukan pelanggaran terhadap karya cipta konten, yaitu sanksi perdata dan pidana. Pengaturan sanksi perdata diatur pada Pasal 99 ayat (1) dengan tata cara gugatan ganti rugi diatur dalam Pasal 100 UUHC. Serta untuk sanksi pidana diatur dalam Pasal 113 UUHC.

²² Sari, Novena, dan Sarjana, I.M, *op.cit.* hlm. 505

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dharmawan, Ni Ketut Supasti. dkk. *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*. Bali: Swasta Nulus, 2018.
- Kaplan, Andreas M., and Haenlein, Michael. *User of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, 2010.
- Margono, Sujud. *Hukum dan Perlindungan Hak Cipta*. Jakarta: CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2003.
- Mersha, Blow & G/Hiwot Hadush, "Law of Intellectual Property Teaching Material", dalam Ni Ketut Supasti Dharmawan, dkk (Eds), *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*. Bali: Swasta Nulus, 2018.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. NTB: Mataram University Press, 2020.

Jurnal

- Dewi, Dewa Ayu Pringga Aristya, dan Darmadi, Anak Agung Sagung Wiratni, "Pengaturan Perlindungan Karya Cipta Fotografi Yang Di Ambil Tanpa Izin Melalui Media Sosial Berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya Vol. 4, No. 2* (2018): 1-14
- Dewi, Gatri Puspa, dan Putra, Dewa Nyoman Rai Asmara, "Tinjauan Yuridis Terhadap Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Kekayaan Intelektual", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Wicara Vol. 8, No. 3*, (2019): 1-15.
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti, Sarjana, I Made, Kurniawan, I Gede Agus, dan Samsithawrati, Putu Aras, "The Existence of Collective Management Organization for Copyrights Protection: Do Its Roles Applicable for Dance Copyright Work?", *Atlantis Press*, (2023): 862-871.
- Fadhila, Ghaesany, dan Sudjana, Sudjana. "Perlindungan Karya Cipta Lagu dan/atau Musik yang Dinyanyikan Ulang (Cover Song) di Jejaring Media Sosial Dikaitkan Dengan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Jurnal Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an Vol. 1, No. 2*, (2018): 222-235.
- Junawan, Hendra, dan Laugu, Nurdin. "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Vol. 4, No. 1*, (2020): 41-57.
- Welta, Fretty. "Perancangan Social Networking Sebagai Media Informasi Bagi Pemerintah", *Seminar Ilmiah Nasional Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, dan Teknik Sipil, Vol. 5*, (2013):
- Samsithawrati, Putu Aras, Kurniawan, I Gede Agus, dan Dharmawan, Ni Ketut Supasti, "Model Perjanjian Bisnis Kreatif Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Start-Up Berbasis Paid Promote: Era Hyper-Connected Society", *Jurnal Hukum Kenotariatan Vol. 7, No. 3*, (2022): 354-369.
- Sari, Novena, dan Sarjana, I Made, "Perlindungan Hukum Mengenai Hak Cipta Karya Sastra Berbasis Digital Pada Situs Online", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya Vol. 11, No. 3*, (2023): 498-508.
- Swari, P. Dina Amanda, dan Subawa, I Made, "Perlindungan Hukum Lagu Yang Diunggah Tanpa Izin Pencipta di Situs Youtube", *Jurnal Ilmu Hukum: Kertha Semaya Vol. 6, No. 10* (2018): 1-15.

Warpindyastuti, Lady Diana, dan Sulistyawati, Meiva Eka Sri. "Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta". *Jurnal Sekretari dan Manajemen Vol. II, No. 1*, (Maret 2018): 92.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5599)

Sumber lain

TekenAja! (2022). Siapkah Indonesia Menghadapi Era "Society 5.0"? URL: <https://www.djelas.id/siapkah-indonesia-menghadapi-era-society-5-0/#:~:text=Saat%20ini%20dunia%20telah%20memasuki,maupun%20manusia%20ke%20perangkat%20komputer>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2023.

APJII. (2020). "Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 - Q2 2020". URL: <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2023.

Survei APJII. "Survei Internet APJII 2023". URL: <https://survei.apjii.or.id/>. Diakses pada tanggal 11 Agustus 2023.

Andi.Link. "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023". URL: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>. Diakses pada tanggal 11 Agustus 2023.