

# BENTUK PERSETUJUAN UNTUK PENGGUNAAN POTRET: PERBANDINGAN ASAS KONSENSUALISME DALAM HAK CIPTA

Natanael, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,  
e-mail: [natanael.205210135@stu.untar.ac.id](mailto:natanael.205210135@stu.untar.ac.id)  
Mia Hadiati, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,  
e-mail: [miahadijah60@gmail.com](mailto:miahadijah60@gmail.com)

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2025.v13.i05.p10>

## ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap kesenjangan norma dalam KUH Perdata yang memungkinkan persetujuan untuk diberikan dalam bentuk tidak tertulis dengan ketentuan Pasal 12 Undang-Undang Hak Cipta yang mensyaratkan bentuk persetujuan tertulis untuk penggunaan potret untuk kepentingan komersil. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa persetujuan tidak tertulis tetap sah jika dilihat dari kacamata hukum keperdataan, dan ketentuan dalam Pasal 12 Undang-Undang Hak Cipta seharusnya ditafsirkan dengan cara yang lebih progresif agar tetap bisa mengikuti perkembangan industri periklanan. Penafsiran secara progresif ini diperlukan untuk menjadi jawaban atas disparitas antara ketentuan KUH Perdata dengan Undang-Undang Hak Cipta sambil tetap memastikan kehadiran perlindungan hukum untuk industri periklanan dan para pelakunya.

**Kata Kunci:** Asas Konsensualisme, Hak Cipta, Iklan Komersial, Persetujuan Tidak Tertulis, Potret.

## ABSTRACT

*This paper aims to analyze the normative gap between the Indonesian Civil Code, which allows consent to be given in an unwritten form, and the provision of Article 12 of the Copyright Law, which requires written consent for the use of a portrait in commercial contexts. The method used is normative legal research. The findings indicate that unwritten consent remains valid from a civil law perspective, and the provision in Article 12 of the Copyright Law should be interpreted more progressively in order to remain compatible with developments in the advertising industry. Such a progressive interpretation is necessary to address the disparity between the Civil Code and the Copyright Law while ensuring the continued presence of legal protection for the advertising industry and its stakeholders.*

**Key Words:** Commercial Advertising, Consent, Copyright, Portrait, Unwritten Agreement.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Iklan memiliki peran yang semakin krusial dalam kehidupan masyarakat dewasa ini, termasuk di Indonesia. Iklan bukan hanya jadi alat untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada publik, tetapi juga punya fungsi sebagai medium komunikasi antara produsen dan konsumen. Dalam konteks pemasaran, iklan punya peran dalam menyampaikan informasi secara luas (komunikasi informatif), memengaruhi keputusan konsumen (komunikasi persuasif), dan menjaga keberlangsungan minat konsumen terhadap produk tertentu (komunikasi reminder). Peran-peran ini menjadikan iklan tidak hanya relevan bagi kepentingan komersial pelaku usaha, tetapi juga bagi

konsumen yang membutuhkan akses informasi atas pilihan produk dan layanan di pasar<sup>1</sup>

Iklan yang menampilkan wajah manusia memiliki kemungkinan sebelas kali lebih besar untuk menarik perhatian konsumen. Sebanyak 91,7% iklan yang menyertakan potret manusia juga terbukti mampu membangkitkan ketertarikan lebih besar dibandingkan iklan yang tidak menampilkannya. Hasil dari studi ini menunjukkan indikasi bahwa penggunaan potret bukan sekadar unsur visual tambahan, melainkan salah satu elemen utama dalam membangun efektivitas pesan periklanan<sup>2</sup>.

Laporan dari Digital Advertising Market Report 2025<sup>3</sup> yang dirilis oleh Dentsu, salah satu agensi periklanan dengan *market share* terbesar di Indonesia, memproyeksikan peningkatan belanja iklan digital nasional sebesar 5,1% pada tahun 2025. Kanal digital seperti media sosial diprediksi mengalami kenaikan belanja iklan sebesar 10–12 persen, sementara iklan luar ruang (*out-of-home*) meningkat 7 persen, dan iklan televisi diperkirakan tetap tumbuh stabil di kisaran 3–5 persen. Data ini menunjukkan dinamika industri yang semakin hari semakin kompetitif dan sangat bergantung pada konten visual, khususnya potret manusia, sebagai media komunikasi utama.

Data-data ini tidak hanya menunjukkan seberapa pentingnya periklanan bagi industri di Indonesia, tapi juga manfaat dari penggunaan potret manusia untuk meningkatkan efektivitas iklan itu sendiri. Studi dan proyeksi ini menegaskan bahwa potret wajah manusia berkontribusi langsung pada performa kampanye pemasaran. Maka tidak mengherankan apabila perusahaan dan bisnis berlomba-lomba menggunakan potret untuk memaksimalkan jangkauan iklan mereka, salah satunya dengan menggunakan potret individu sebagai alat bantu promosi. Hal inilah yang menjadi dasar mengapa regulasi terkait periklanan dan penggunaan potret manusia dalam konteks komersial perlu dicermati secara kritis dan ditelaah lebih lanjut.

Industri periklanan di Indonesia menunjukkan adanya percepatan yang cukup signifikan dalam permintaan terhadap produksi dan distribusi iklan. Dari pola ini, dapat diketahui bahwa pasar periklanan nasional bergerak dengan sangat cepat, dan sangat mungkin mengalami percepatan seiring perkembangan teknologi dan perilaku konsumen. Dalam konteks sosial masyarakat seperti ini, hukum (idealnya) hadir sebagai alat kontrol yang bisa menjamin agar setiap praktik industri berjalan dalam koridor perlindungan hak dan kepentingan masyarakat. Namun secara praktik, fungsi hukum sebagai “rem” tidak jarang berubah menjadi batasan yang terlalu kaku. Ketentuan-ketentuan hukum yang sifatnya formil dan kaku justru memiliki potensi untuk menghambat “keluwesan” industri untuk dapat bergerak dan beradaptasi, termasuk dalam konteks penggunaan potret manusia dalam iklan, yang seringkali diproduksi dengan tempo yang sangat cepat dan dinamis.

Walaupun penggunaan potret manusia untuk iklan memiliki peran yang penting dalam strategi pemasaran modern, pembicaraan tentang aspek hukum yang mengaturnya masih belum mendapatkan porsi perhatian yang memadai dalam ruang diskursus publik maupun dalam praktik industri. Banyak pelaku industri kreatif seperti agensi periklanan, talent artist, maupun perusahaan pengguna jasa mereka belum

---

<sup>1</sup> Aisyah, et al., *Dasar-Dasar Periklanan*. (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 17.

<sup>2</sup> Guido, G., Pichierri, M., Pino, G., & Natarajan, R. “Effects of Face Images and Pareidolia on Consumers’ Responses to Print Advertising: An Empirical Investigation”. *Journal of Advertising Research*, 59, no. 2 (2018), 219–231. <https://doi.org/10.2501/JAR-2018-030>

<sup>3</sup> Dentsu Indonesia, “Dentsu Ad Spend Report: Indonesia Market Growth Projected at 5.1% in 2025, Driven by Digital, OOH, and TV”, <https://www.dentsu.com/id/en/insights/our-blog/dentsu-digital-advertising-market-report-2025>, diakses 05 Mei 2025, Pukul 21.16 WIB.

sepenuhnya tereduksi mengenai implikasi hukum yang dapat timbul dari penggunaan potret seseorang tanpa persetujuan yang sah, khususnya dalam konteks komersial. Salah satu penyebab dasarnya adalah tingkat literasi masyarakat terhadap hukum kekayaan intelektual secara umum yang tergolong rendah.

Robby Wahyudi selaku Direktur Program Konsultan Kekayaan Intelektual menyebutkan bahwa hanya sekitar 7,25% masyarakat yang secara aktif mendaftarkan kekayaan intelektualnya, angka yang mencerminkan lemahnya kesadaran hukum di tingkat praktis<sup>4</sup>. Kondisi ini didukung melalui temuan Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) pada tahun 2023, yang mencatat sebanyak 54% penerbit mengalami pembajakan buku secara ilegal di platform digital. Jika tidak dilihat dengan cermat, kedua temuan ini terlihat seperti tidak berkaitan langsung dengan isu penggunaan potret, tetapi kedua data tersebut sebenarnya dapat mencerminkan lanskap pemahaman publik terhadap pentingnya perlindungan hak cipta yang masih sangat-sangat terbatas. Di dalam konteks industri periklanan yang bergerak dengan cepat, lemahnya kesadaran ini dapat membuka ruang bagi praktik-praktik yang tidak sesuai hukum dan berpotensi merugikan subjek yang dipotret, tanpa disadari ataupun disengaja oleh pelaku industrinya sendiri.

Dalam praktik riil di industri, bentuk persetujuan tidak selalu didokumentasikan dan dituangkan dalam bentuk tertulis. Dalam banyak kejadian, terutama dalam produksi konten di media sosial dan kerja sama antar pelaku kreatif, persetujuan justru lumrah untuk diberikan secara verbal atau "sekedar" tersirat dari tindakan, seperti partisipasi sukarela dalam sesi pemotretan atau pengambilan video. Bahkan tidak jarang, potret seseorang digunakan tanpa permintaan izin yang eksplisit, tetapi tetap dianggap wajar karena tidak adanya keberatan dari setiap pihak. Dalam praktik-praktik seperti ini, penggunaan potret tanpa dokumen dan persetujuan dalam bentuk tertulis bukanlah hal yang aneh, dan justru lumrah terjadi, terutama di kalangan pelaku industri kreatif yang bergerak cepat dan adaptif terhadap situasi.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan: apakah ketidakhadiran izin tertulis secara otomatis berarti tidak adanya persetujuan? Jika yang diacu adalah pengaturan hukum dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, maka suatu perjanjian dapat dikatakan sah apabila ada kesepakatan para pihak, setiap pihak yang terlibat cakap hukum, suatu hal tertentu yang diperjanjikan, dan sebab yang tidak dilarang. Artinya, dalam sistem hukum perdata Indonesia, bentuk persetujuan tidak selalu harus tertulis; persetujuan lisan ataupun tersirat dapat dianggap sah selama memenuhi unsur-unsur tersebut. Namun berbeda halnya dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang secara tegas mengatur adanya persetujuan tertulis dari orang yang dipotret atau dari ahli warisnya untuk setiap penggunaan potret untuk keperluan komersial<sup>5</sup>.

Situasi ini menunjukkan, ada perbedaan pemahaman antara dua aturan hukum: di satu sisi, asas konsensualisme dalam hukum perikatan membuka ruang bagi bentuk persetujuan yang lebih fleksibel; sedangkan di sisi yang lain, hukum hak cipta justru menuntut bentuk persetujuan yang tertulis. Jika hanya dilihat dari ajaran doktrin hukum, ketentuan dalam UU Hak Cipta dapat dianggap sebagai *lex specialis* yang

---

<sup>4</sup> Hamalatul Qur'ani, "Rendahnya Kesadaran Mendaftarkan Kekayaan Intelektual Lantaran Edukasi Minim", hukumonline.com, <https://www.hukumonline.com/berita/a/rendahnya-kesadaran-mendaftarkan-kekayaan-intelektual-lantaran-edukasi-minim-lt5bbeefe3f076a/>, diakses 05 Mei 2025, Pukul 22.00 WIB.

<sup>5</sup> Vita Dwi Anggraeni Abidin, Ronny Winarno, dan Dwi Budiarti, "Perlindungan Hukum Terhadap Foto Pribadi yang Digunakan Orang Lain di Media Sosial Instagram." *Yurijaya* 6, no. 2 (2024), 227–228.

mengesampingkan ketentuan umum dalam KUH Perdata (*lex specialis derogat legi generalis*). Namun pada praktik nyatanya, terutama untuk kebutuhan industri yang bergerak dengan cepat dan seringkali tidak didukung ekosistem dan infrastruktur hukum yang memadai, penerapan norma tersebut menjadi jauh lebih rumit dan sulit. Permasalahannya bukan cuma ada pada bentuk persetujuan yang sah secara hukum, tapi juga pada bagaimana hukum merespons kenyataan di lapangan tanpa mengabaikan perlindungan hak individu dan kebutuhan akan kepastian hukum dalam kegiatan ekonomi.

Sebagai penjelasan konteks akademik atas isu ini, perlu ditelaah lebih dahulu penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Setelah peneliti menelaah hasil dari penelitian sebelumnya, peneliti menemukan bahwa penelitian sebelumnya membahas isu penggunaan potret tanpa izin dalam konteks iklan. Tulisan dari Artanegara dan Laksana yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Potret Orang Lain yang Digunakan Promosi Tanpa Ijin di Jejaring Sosial"<sup>6</sup> berfokus pada aspek pelanggaran hak cipta dalam penggunaan potret di media sosial, sementara tulisan karya I Gusti Ayu Githa Dewantari Yasa dan Anak Agung Sri Indrawati yang diberi judul "Perlindungan Hak Eksklusif Potret Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta"<sup>7</sup> lebih menyoroti soal seberapa pentingnya persetujuan tertulis sebagai bentuk perlindungan atas hak eksklusif potret. Dari kedua penelitian sebelumnya, belum ada yang secara khusus mengkaji bentuk persetujuan yang tidak tertulis yang dalam praktik industri justru lumrah terjadi. Padahal, praktik seperti itu sering muncul dalam produksi konten, khususnya di sektor kreatif dan digital. Tulisan ini mencoba mengisi kekosongan tersebut, dengan menelaah apakah bentuk persetujuan non-tertulis yang diakomodasi dalam asas konsensualisme hukum perikatan, dapat selaras dengan ketentuan Pasal 12 UU Hak Cipta yang mewajibkan bentuk tertulis.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang sebagaimana telah dijelaskan, maka penulis merumuskan latar belakang sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan bentuk persetujuan tidak tertulis dalam penggunaan potret untuk iklan komersial menurut asas konsensualisme dalam Pasal 1320 KUH Perdata?
2. Apakah bentuk persetujuan tidak tertulis dapat dibenarkan dalam konteks Pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta?

## 1.3. Tujuan Penulisan

Tulisan ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap bentuk persetujuan tidak tertulis sebagaimana diizinkan dalam KUHPerdata, dalam praktik potret untuk keperluan iklan yang digunakan untuk kepentingan komersial. Selain itu tulisan ini juga bertujuan untuk meneliti apakah persetujuan tidak tertulis dapat dibenarkan dalam konteks Pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

---

<sup>6</sup> Luh Gede Nadya Savitri Artanegara, I Gusti Ngruah Darma Laksana. "Perlindungan Hukum Terhadap Potret Orang Lain yang Digunakan Promosi Tanpa Ijin di Jejaring Sosial" *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 3 (2020), 368-382.

<sup>7</sup> I Gusti Ayu Githa Dewantari Yasa, Anak Agung Sri Indrawati. "Perlindungan Hak Eksklusif Potret Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta" *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 9, no. 11 (2021), 2002-2011.

## 2. METODE PENELITIAN

Tipe metode penelitian yang dipergunakan untuk menyusun tulisan ini adalah metode penelitian hukum normatif. Penulis menggunakan pendekatan konseptual (Conceptual Approach) dan pendekatan perundang-undangan (Statute Approach) untuk mengevaluasi ketentuan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku di Indonesia secara sistematis. Bahan hukum yang digunakan oleh penulis dalam tulisan ini adalah bahan hukum primer yang berasal dari peraturan perundang-undangan terkait, bahan hukum sekunder berupa literatur hukum dan penelitian-penelitian sebelumnya, juga bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia hukum. Bahan-bahan hukum kemudian dianalisis secara kualitatif dengan metode deskriptif-analisis. Fokus dari tulisan ini adalah untuk meneliti isu disparitas dalam pengaturan persetujuan untuk potret yang digunakan untuk iklan komersil.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Persetujuan Tidak Tertulis Menurut Asas Konsensualisme dan Penggunaan Potret untuk Kepentingan Komersil.

Bentuk persetujuan tidak tertulis merupakan praktik yang lumrah dan biasa dalam kehidupan hukum masyarakat Indonesia, termasuk dalam ranah periklanan dan konten digital. Secara sosial, masyarakat sudah terbiasa melakukan berbagai bentuk perjanjian secara lisan tanpa dokumen tertulis. Hal ini dapat dilihat dalam praktik sehari-hari seperti peminjaman uang atau barang, perjanjian kerja informal, hingga jual beli yang berlangsung di pasar tradisional maupun antar individu. Subekti menjelaskan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan hukum di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih, dan hukum Indonesia tidak mengharuskan bentuk tertulis sebagai syarat sah suatu perjanjian, selama memenuhi unsur kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal.<sup>8</sup>

Peter Mahmud berpendapat bahwa sebuah kebiasaan dalam masyarakat, termasuk kebiasaan untuk melakukan perjanjian dan persetujuan tanpa menggunakan bentuk tertulis dapat menjadi sumber hukum jika bisa memenuhi dua syarat utama, yaitu: dilakukan secara berulang-ulang; dan diyakini oleh masyarakat bahwa kebiasaan tersebut bersifat mengikat dan harus diikuti<sup>9</sup>. Melihat kebiasaan masyarakat sudah melakukan praktik persetujuan dengan bentuk yang tidak tertulis sudah berlangsung berulang-ulang dan dipatuhi oleh masyarakat memenuhi syarat yang diberikan oleh Peter Mahmud. Persetujuan tidak tertulis dengan demikian, sah-sah saja untuk dijadikan sebagai sumber hukum.

Kepraktisan dan efisiensi menjadi alasan utama masyarakat lebih memilih bentuk persetujuan tidak tertulis. Tidak semua orang memiliki pengetahuan atau kemampuan untuk menyusun perjanjian tertulis secara sah, dan dalam praktiknya, tidak realistis jika seluruh aktivitas hukum masyarakat harus dituangkan dalam kontrak tertulis. Justru, jika seluruh hubungan hukum mensyaratkan bentuk tertulis, bisa saja terjadi peningkatan jumlah sengketa keperdataan akibat formalitas yang tidak terpenuhi, meskipun pada dasarnya telah tercapai kesepakatan antar pihak. Oleh karena itu, bentuk persetujuan tidak tertulis tetap memiliki posisi penting dalam praktik hukum perdata Indonesia yang menjunjung asas konsensualisme.

---

<sup>8</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta, PT Intermasa, 2005), 1-3.

<sup>9</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta, Kencana, 2008), 41-50.

Jika mengacu pada ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata, bentuk persetujuan tidak tertulis itu pada prinsipnya tetap sah dan bisa mengikat sepanjang memenuhi empat unsur yang disyaratkan, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan hukum, objek tertentu, dan sebab yang halal. Dalam sistem hukum Indonesia, tidak ada keharusan bahwa perjanjian harus dibuat secara tertulis, kecuali jika ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan. Hal ini menjadi penegasan bahwa asas konsensualisme memang dirancang untuk menjamin fleksibilitas dan kemudahan dalam pembentukan suatu perjanjian. Asas konsensualisme bisa memberikan legitimasi yang cukup untuk konteks perjanjian yang sangat luas. Asas ini hadir justru untuk menjamin bahwa sebuah perjanjian bisa dilakukan dengan cukup mudah dan *versatile*. Maka dari itu, bentuk persetujuan tidak tertulis pada dasarnya sah-sah saja secara hukum dan memadai untuk berbagai keperluan hukum, termasuk dalam konteks penggunaan potret untuk iklan komersial.

Dalam konteks pembuktian, persetujuan yang tidak dibuat secara tertulis tentu saja bisa menimbulkan kesulitan tersendiri. Perjanjian yang tertulis bisa menunjukkan posisi, hak, dan juga kewajiban para pihak secara jelas dan konkret, sedangkan perjanjian lisan membutuhkan alat bukti lain seperti kesaksian untuk membuktikan isi dan keberadaan perjanjian tersebut. Meskipun asas konsensualisme menjamin keabsahan persetujuan yang tidak tertulis, kekuatan bukti dari perjanjian jenis ini tetap menjadi aspek yang perlu diperhatikan secara cermat dalam praktik<sup>10</sup>.

Asas Konsensualisme juga memiliki kedudukan yang sangat krusial dalam hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam KUH Perdata. Sriwidodo dan Kristiawanto bahkan memberikan sebuah pemahaman bahwa sebuah perjanjian terbentuk bukan ketika *draft* dari dokumen perjanjian ditandatangani, tapi tepat setelah kesepakatan (konsensualisme) terjadi.<sup>11</sup> Bahkan kesepakatan juga tidak semata-mata hanya terjadi ketika para pihak mengucapkan kata "sepakat" atau "setuju" (meskipun disebut sebagai kesepakatan atau persetujuan), tetapi bisa juga terjadi dalam bentuk-bentuk lain seperti gestur. Mungkin saja gestur itu dalam bentuk salaman, atau dalam konteks pemotretan yang menghasilkan sebuah potret kesepakatan diberikan ketika seseorang melakukan pose di depan kamera yang mengarah padanya, *instead of* menolak atau menjauh.

Satu literatur hukum menjelaskan bahwa pihak yang menjadi pemegang dari Hak Cipta yang ditimbulkan dari kegiatan pengambilan potret ini ditentukan berdasarkan atas gagasan siapa pemotretan ini dilakukan. Apabila perusahaan agensi yang mengagagas kegiatan pemotretan maka hak cipta menjadi milik agensi tersebut, begitu pula apabila yang menggagas adalah sang fotografer, atau sang model<sup>12</sup>. Meskipun jika mengikuti tafsiran ini, akan terjadi kebingungan karena Pasal 12 UU Hak Cipta secara eksplisit mengatur bahwa penggunaan potret harus mendapatkan izin dari orang yang dipotret atau ahli warisnya.

Dalam dunia periklanan, mungkin saja pekerjaan bahkan dimulai sebelum adanya kontrak tertulis. Seorang model yang mengikuti arahan fotografer meskipun mereka belum terlibat dalam sebuah kontrak perjanjian yang formal dapat dipahami sebagai gestur memberikan izin untuk potretnya diambil. Jika dijabarkan sebagai unsur-unsur sahnya perjanjian, maka dapat dilihat bahwa unsur-unsurnya terpenuhi,

---

<sup>10</sup> Ginting, Juliati Br. "Kekuatan Mengikat Perjanjian Secara Lisan". *Jurnal Ilmu Hukum The Juris* 6, no. 2 (2022), 429-436.

<sup>11</sup> S. Joko dan Kristiawanto, *Memahami Hukum Perikatan* (Jakarta, Prenada Media, 2021), 110-111.

<sup>12</sup> Puspitasari, Saniya, dkk. "Perlindungan Hukum Objek Dalam Karya Cipta Potret Yang Diunggah Tanpa Izin Sebagai Aset Digital Non Fungible Token (NFT)". *Diponegoro Private Law Review* 11, no.2 (2024), 171-184.

meskipun dilakukan tanpa perjanjian tertulis. Adanya kesepakatan diantara para pihak terbukti dari fotografer yang mengarahkan kamera dan model yang berpose di depan kamera; Adanya hal yang diperjanjikan berupa "potret yang akan diambil"; Dengan asumsi para pihak adalah pihak yang cakap hukum (bukan anak di bawah umur misalnya); dan dengan asumsi foto yang diambil tidak mengandung unsur pornografi yang melanggar peraturan perundang-undangan. Dapat dilihat, bahwa kegiatan ini tetaplah sebuah perjanjian yang sah karena memenuhi unsur-unsur yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

Masalahnya muncul ketika potret yang dihasilkan dari perjanjian sebagaimana dijelaskan di paragraf sebelumnya digunakan untuk kepentingan iklan komersil. Potret tersebut memiliki hak moral dan hak ekonomi yang dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta sejak hasil dari potret itu muncul. Perjanjian yang terjadi antara fotografer dan model hanya mengizinkan untuk sebuah potret diambil dan tidak serta-merta mengatur dan mengizinkan bahwa foto itu boleh dipergunakan untuk kepentingan apapun. Perlu dibedakan antara *consent to capture* (persetujuan untuk diambil gambarnya) dan *consent to exploit* (persetujuan untuk dimanfaatkan secara ekonomi), yang masing-masing memerlukan bentuk perjanjian yang berbeda. Karena perjanjian yang terjadi sebelumnya tidak mengatur tentang bagaimana potret itu boleh digunakan, maka berlakulah ketentuan dalam Undang-Undang Hak Cipta. Dengan berlakunya ketentuan dalam Undang-Undang Hak Cipta, maka berakhirilah batasan cakupan dari perjanjian yang terjadi antara fotografer dan model, sebatas pengambilan potret saja dan bukan untuk penggunaan.

Dilihat dari sudut pandang hukum perdata, kesepakatan itu sifatnya objektif dan perlu untuk ditafsirkan sesuai dengan maksud dan kehendak para pihak ketika kesepakatan itu dibentuk atau terjadi. Karena tidak ada klausul ataupun ketentuan yang diatur oleh para pihak secara eksplisit tentang penggunaan potret untuk iklan, dapat disimpulkan secara yuridis bahwa tidak ada dasar yang sah yang dapat digunakan untuk melegitimasi eksploitasi potret yang dihasilkan dalam konteks komersil.

Kegiatan iklan juga perlu dipahami sebagai kegiatan yang memiliki nilai ekonomis (komersil) dan bukan sebuah tindakan yang netral. Penggunaan potret seseorang untuk sebuah iklan bisa saja mengarahkan persepsi publik terhadap orang yang ada di dalam potret. Sebagai contoh, apabila potret seorang model digunakan untuk kegiatan iklan produk kondom, tentu masyarakat akan memiliki persepsi tertentu terhadap model di dalam iklan tersebut. Pemahaman atas konteks ini membukakan wawasan bahwasanya bentuk persetujuan untuk eksploitasi atas potret untuk kepentingan iklan berbeda sama sekali dengan persetujuan untuk pengambilan sebuah potret.

### **3.2. Tinjauan Terhadap Pengaturan Pasal 12 UU Hak Cipta Tentang Bentuk Izin dan Persetujuan**

Penggunaan potret tanpa izin tertulis dalam industri periklanan bisa dilihat sebagai pertanda bahwa kesadaran hukum masyarakat di Indonesia masih relatif rendah. Hal ini juga dikemukakan oleh Mubarak dan Mashdurohatun, yang dalam tulisannya menyebutkan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang menganggap karya cipta sebagai milik bersama.<sup>13</sup> Namun, realita ini juga bisa dilihat melalui kacamata lain yaitu melalui kacamata pasar dan industri. Mungkin saja, industri yang bergerak begitu

---

<sup>13</sup> Mubarak, Ahmad Zaki dan Mashdurohatun, Anis. "Tinjauan Yuridis Mengenai Lisensi Font dalam Periklanan Ditinjau dari Hak Cipta". *Jurnal Ilmiah Sultan Agung* 49, no. 2 (2023), 190-206.

cepat memerlukan metode legalitas yang lebih fleksibel pula. Dalam ekosistem industri periklanan yang serba cepat, *brand*, *Production House*, dan para model harus bisa menyesuaikan kecepatan produksi dengan kebutuhan dan tuntutan pasar. Kebutuhan akan kecepatan produksi ini kemudian mendorong para pihak dalam ekosistem ini untuk bergerak tanpa sepenuhnya memperhatikan pengaturan yang diberikan dalam hukum yang berlaku, meskipun sudah secara eksplisit diatur dalam Pasal 12 UU Hak Cipta bahwa penggunaan potret untuk kepentingan komersil haruslah mendapatkan izin dalam bentuk tertulis dari orang yang dipotret atau dari ahli waris orang tersebut.

Dapat dipahami bahwa "pelanggaran" terhadap peraturan perundang-undangan ini bukan hanya suatu bentuk "ketidaktahuan" atau "pengabaian" terhadap hukum, tetapi justru cara untuk para pihak yang ada dalam industri ini untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar meskipun tidak memiliki legitimasi secara hukum.

Hukum Perdata di Indonesia memperbolehkan adanya bentuk persetujuan atau perjanjian tanpa bentuk tertulis. Hal ini sejalan dengan salah satu syarat utama perjanjian yaitu konsensualisme. Dalam konteks kebutuhan untuk menggunakan potret untuk keperluan iklan komersil, jika hanya dilihat dari aspek Hukum Perdata tentu saja diperbolehkan untuk memberikan izin hanya secara verbal atau bentuk-bentuk lain yang tidak tertulis selama memenuhi unsur-unsur lain yang diatur dalam Pasal 1320 KUHP.

Alih-alih mengadopsi pendekatan persetujuan sebagaimana telah diatur dalam KUHP, Pasal 12 UU Hak Cipta justru mengambil posisi yang berbeda. Ketentuan dalam pasal ini mensyaratkan secara eksplisit perlunya izin yang diberikan dalam bentuk tertulis. Ketentuan ini bisa mempersempit fleksibilitas yang dibutuhkan oleh industri dan para pihak yang terlibat di dalamnya. Dengan kata lain, hukum justru jadi penghambat untuk aktivitas industri dan perkembangannya karena membatasi bentuk-bentuk persetujuan yang dapat digunakan.

Dalam bentuk yang lebih ideal, Undang-Undang Hak Cipta seharusnya bisa mengakomodasi bentuk persetujuan yang lebih bebas. Izin sebagaimana diatur dalam Pasal 12 UU Hak Cipta diperbolehkan untuk diberikan dalam bentuk apapun yang selama memang bisa dibuktikan. Pada akhirnya, jika para pihak merasa bahwa adalah lebih baik untuk melakukan perjanjian atau pemberian izin secara tertulis, pihak-pihak ini juga akan menggunakan bentuk tertulis sebagai opsi. Bukan karena paksaan, tapi karena kebutuhan industri dan pasar. Dalam hal ini dapat dikatakan, kehadiran hukum sebagai pengatur justru membatasi ruang gerak industri dan pasar, meskipun tujuan dari hukum (dalam konteks ini UU Hak Cipta) adalah untuk melindungi setiap pihak yang terlibat.

Menurut Aulia dalam sebuah tulisan yang mengulas pemikiran hukum Satjipto Rahardjo, hukum seharusnya bisa menyesuaikan dengan kebutuhan manusia dan bukan sebaliknya. Sejalan dengan argumen penulis sebelumnya, Satjipto Rahardjo juga menjelaskan bahwa ketika hukum tidak bisa mengikuti kebutuhan dan perubahan sosial masyarakat, hukum akan menjadi penghambat.<sup>14</sup>

Membuka ruang untuk menggunakan bentuk persetujuan tidak tertulis dalam konteks Pasal 12 UU Hak Cipta juga tidak sekonyong-konyong menjadi jalan keluar tanpa masalah untuk isu hukum ini. Potensi penyalahgunaan atau pelanggaran hak ekonomis dan moral sebagaimana dilindungi dalam UU Hak Cipta sangat mungkin untuk terjadi. Bentuk persetujuan tidak tertulis memiliki kelebihan sekaligus

---

<sup>14</sup> M. Zulfa Aulia, "Hukum Progresif dari Satjipto Rahardjo: Riwayat, Urgensi, dan Relevansi". *Undang: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2018), 159-185.

kekurangan.<sup>15</sup> Tanpa adanya persetujuan tertulis dari orang yang potretnya digunakan, bisa saja membuat orang yang dipotret itu kemudian kehilangan kendali atas citra dirinya sebagai akibat dari potretnya yang digunakan untuk kepentingan iklan komersil, tanpa memiliki bukti konkrit untuk menyatakan hak-haknya jika ingin menggugat *brand* atau agensi periklanan yang menggunakan potretnya.

Tidak perlu juga kemudian menolak gagasan ini hanya karena tetap memiliki risiko, karena jika berkaca pada pengaturan dalam KUH Perdata, kenyataannya bentuk persetujuan tidak tertulis tetap bisa dijalankan dengan baik. Sampai saat ini pun belum ada perubahan terhadap KUH Perdata dan pengaturan yang diberikan untuk bentuk perjanjian atau persetujuan, sehingga dapat dipahami bahwa praktik ini tetap memiliki tempat dalam praktik hukum di tengah-tengah masyarakat Indonesia.

Meskipun penggunaan bentuk persetujuan tidak tertulis bisa membawa risiko, namun risiko yang berpotensi untuk ditimbulkan masih berada dalam ambang batas wajar selama mekanisme untuk pembuktian dan para pihak yang terlibat menjalankannya dengan hati-hati. Bahkan, jika dianalisis dengan metode *cost benefit analysis*, manfaat yang bisa dibawa dengan melonggarkan bentuk persetujuan untuk penggunaan potret lebih banyak daripada risiko yang ditimbulkan. Di sisi lain, jenis pengaturan seperti yang sekarang ada berpotensi untuk tertinggal dari perkembangan industri yang semakin cepat dan membutuhkan fleksibilitas yang lebih tinggi.

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil yang ditemukan dalam proses penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bentuk persetujuan dengan bentuk tidak tertulis, masih mempunyai tempat di dalam praktik hukum di tengah masyarakat Indonesia. KUH Perdata sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 tidak membatasi bentuk perjanjian asal memenuhi unsur-unsur seperti konsensualisme, kecakapan hukum, adanya hal yang diperjanjikan, dan sebab yang halal. Ketentuan dalam KUH Perdata mengizinkan masyarakat Indonesia untuk memberikan persetujuan dengan bentuk yang lebih fleksibel. Sementara itu, Pasal 12 UU Hak Cipta memang secara eksplisit mensyaratkan bentuk tertulis untuk penggunaan potret dalam konteks komersial. Namun ketentuan ini jika dilihat dari praktik di lapangan, justru bisa menimbulkan persoalan baru karena tidak sesuai dengan kecepatan dan dinamika kerja industri kreatif.

Perbedaan pendekatan antara hukum perdata dan hukum hak cipta memperlihatkan adanya jarak antara hukum dengan praktik sosial yang terus berkembang. Padahal, hukum seharusnya hadir sebagai alat untuk mengatur tanpa menghambat. Tentu saja risiko penyelewengan tetap saja ada, tetapi penulis menemukan bahwa risiko yang berpotensi untuk ditimbulkan masih bisa dikategorikan dalam kategori wajar selama para pihak tetap berhati-hati dan paham akan batasan hak dan kewajibannya. Hal ini perlu dimaknai dengan pendekatan progresif, bentuk persetujuan yang tidak tertulis bisa saja diakomodasi dalam Pasal 12 selama memenuhi unsur pembuktian dan tidak melanggar hak moral subjek potret sebagaimana KUH Perdata mengatur bentuk persetujuan. Membuka sedikit ruang fleksibilitas, bisa membuat hukum menjadi lebih relevan dan aplikatif terhadap praktik industri yang bergerak sangat cepat.

---

<sup>15</sup> Noviarni, Dewi. "Tinjauan Hukum Terhadap Penerapan Perjanjian Tidak Tertulis Dalam Kegiatan Usaha". *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 14, no. 1 (2024), 1-11.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aisyah, et al. *Dasar-Dasar Periklanan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.  
Marzuki, Peter Mahmud. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana, 2008.  
Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT Intermedia, 2005.  
S. Joko, dan Kristiawanto. *Memahami Hukum Periklanan*. Jakarta: Prenada Media, 2021.

### Jurnal

- Artanegara, Luh Gede Nadya Savitri, dan I Gusti Ngruah Darma Laksana. "Perlindungan Hukum Terhadap Potret Orang Lain yang Digunakan Promosi Tanpa Ijin di Jejaring Sosial." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 3 (2020), 368-382.
- Aulia, M. Zulfa. "Hukum Progresif dari Satjipto Rahardjo: Riwayat, Urgensi, dan Relevansi." *Undang: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2018), 159-185.
- Dewantari Yasa, I Gusti Ayu Githa, dan Anak Agung Sri Indrawati. "Perlindungan Hak Eksklusif Potret Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 9, no. 11 (2021), 2002-2011.
- Ginting, Juliati Br. "Kekuatan Mengikat Perjanjian Secara Lisan." *Jurnal Ilmu Hukum the Juris* 6, no. 2 (2022), 429-436.
- Guido, Gianluigi, Matteo Pichierrri, Giuseppe Pino, dan Rajan Nataraajan. "Effects of Face Images and Pareidolia on Consumers' Responses to Print Advertising: An Empirical Investigation." *Journal of Advertising Research* 59, no. 2 (2018), 219-231. <https://doi.org/10.2501/JAR-2018-030>.
- Mubarok, Ahmad Zaki, dan Anis Mashdurohatun. "Tinjauan Yuridis Mengenai Lisensi Font dalam Periklanan Ditinjau dari Hak Cipta." *Jurnal Ilmiah Sultan Agung* 49, no. 2 (2023), 190-206.
- Noviarni, Dewi. "Tinjauan Hukum Terhadap Penerapan Perjanjian Tidak Tertulis Dalam Kegiatan Usaha." *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 14, no. 1 (2024), 1-11.
- Saniya Puspitasari, Marshanda Aulia Putri, Muhamad Rivai, Irene Yuliandri. "Perlindungan Hukum Objek Dalam Karya Cipta Potret Yang Diunggah Tanpa Izin Sebagai Aset Digital Non Fungible Token (NFT)." *Diponegoro Private Law Review* 11, no. 2 (2024), 171-184.
- Vita Dwi Anggraeni Abidin, Ronny Winarno, dan Dwi Budiarti, "Perlindungan Hukum Terhadap Foto Pribadi yang Digunakan Orang Lain di Media Sosial Instagram." *Yurijaya* 6, no. 2 (2024), 227-228.

### Website

- Dentsu Indonesia. "Dentsu Ad Spend Report: Indonesia Market Growth Projected at 5.1% in 2025, Driven by Digital, OOH, and TV." Accessed May 5, 2025. <https://www.dentsu.com/id/en/insights/our-blog/dentsu-digital-advertising-market-report-2025>.
- Qur'ani, Hamalatul. "Rendahnya Kesadaran Mendaftarkan Kekayaan Intelektual Lantaran Edukasi Minim." *Hukumonline.com*. Accessed May 5, 2025. <https://www.hukumonline.com/berita/a/rendahnya-kesadaran-mendaftarkan-kekayaan-intelektual-lantaran-edukasi-minim-lt5bbeefe3f076a/>.

**Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta  
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata