

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP VIDEO KREATIF YANG DIUNGGAH PADA APLIKASI TIKTOK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG HAK CIPTA

Ni Nyoman Junita Krisnadiyanti Devi, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: ninyomandevi@yahoo.com

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

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2021.v09.i04.p13>

ABSTRAK

Penulisan artikel ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pengaturan hak atas video yang diunggah di aplikasi TikTok dalam perspektif Undang-Undang Hak Cipta dan untuk mengetahui sanksi hukum atas penayangan ulang video yang diunggah aplikasi TikTok tanpa izin yang berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta. Metode penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan fakta. Hasil dari analisis yaitu bahwa Video kreatif yang diunggah oleh Content Creator merupakan bagian dari Karya Sinematografi dikarenakan video kreatif masuk dalam kategori definisi Karya Sinematografi dan dinyatakan dalam Undang-Undang Hak Cipta bahwa karya tersebut dilindungi Hak Ciptanya. Sanksi Hukum atas penayangan ulang video yang diunggah pada aplikasi TikTok berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta.

Kata Kunci: Hak Cipta, Video Kreatif, TikTok

ABSTRACT

The goal of this research is to implement an understanding of the regulation of the rights to videos uploaded in the TikTok application in the perspective of the Copyright Act and to find out the legal remedies for the re-screening of the video uploaded by the TikTok application without permission based on Copyright Act. The analytical research methods used in this paper are a type of normative legal research with the legislation approach and fact approach. The result of the analysis is that the creative video uploaded by Content Creator is part of the Cinematography Work because the creative video is included in the category of definition of Cinematography and stated in the Copyright Act that the creation of Cinematographic works is protected by Copyright. Legal sanctions for reruns of videos uploaded on the TikTok application based on Copyright Act.

Keywords: Copyright, Creative Video, TikTok

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Semenjak diberlakukan kebijakan PSBB banyak orang-orang yang seharusnya beraktivitas di luar kemudian beralih untuk beraktivitas di rumah seperti belajar di rumah, bekerja di rumah yang pada akhirnya hal ini telah lama berlangsung selama 3 bulan. Ditengah kejenuhan masyarakat selama belajar, bekerja ataupun beraktivitas di rumah dengan kurangnya akses hiburan menyebabkan orang-orang kemudian beralih

pada aplikasi media sosial untuk menghiburkan diri. Seiringnya dengan adanya kemajuan teknologi, banyaknya media yang digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi, baik informasi tersebut dalam bentuk gambar, video dan teks.¹ Media sosial yang diakses melalui jaringan internet banyaknya Aplikasi Media sosial yang kini dikenal banyak oleh masyarakat Indonesia yaitu aplikasi Instagram, TikTok, Youtube dan juga Twitter. Aplikasi-aplikasi tersebut kini sedang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dikarenakan untuk mengisi waktu selama di rumah. Masyarakat menggunakan media sosial tersebut baik menonton drama korea, bermain *games online* dari suatu aplikasi dan juga membuat video kreatif pada aplikasi-aplikasi tertentu yang diunggah. Mengakses media sosial merupakan hal yang sangat mudah, dengan perkembangan era digital kini mengakses media sosial bisa menggunakan *smartphone* atau telepon pintar dan juga Laptop. Aplikasi media sosial tersebut menyediakan fasilitas dan kriteria yang berbeda-beda. Namun, setiap aplikasi memiliki fungsi yang sama yaitu berbagi informasi dengan banyak pengguna media sosial.

Ada kecenderungan fenomena naiknya jumlah akses media sosial, aplikasi-aplikasi tertentu ditengahnya pandemik Covid-19 yaitu termasuk aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok ini sudah terkenal sejak awal tahun 2019 namun dikarenakan adanya Pandemik Covid-19 ini mengantarkan aplikasi Tiktok mencapai puncak di titik kepopulerannya. Dikutip dari website Tiktok menjelaskan bahwa Tiktok adalah destinasi Terdepan untuk video singkat². Di dalam aplikasi Tiktok tersebut menyediakan banyak fitur-fitur menarik yang memanjakan penggunanya betah menggunakan aplikasi tersebut. Misalnya fitur *Special Effects* atau bisa dikatakan suatu filter yang unik dan lucu membuat para pengguna tertarik dalam membuat video kreatif. Selain *Special Effect* fitur tersebut aplikasi Tiktok menyediakan musik yang beragam sehingga para pengguna Tiktok dapat melakukan performa baik tarian ataupun kegiatan lainnya. Video kreatif tersebut biasanya berdurasi kurang lebih 30 detik. Hal ini yang menyebabkan orang-orang berlomba-lomba menghasilkan video kreatif dalam aplikasi Tiktok agar menjadi Viral. Tentu untuk mewujudkan hal tersebut menuntut semua pengguna tiktok lebih kreatif dalam menghasilkan beberapa konten di aplikasi Tiktok tersebut. Banyaknya kreativitas seseorang yang dibuat melalui aplikasi Tiktok, dimana harus dilindungi suatu kreativitas tersebut. Video kreatif yang tersebar luas tidak hanya di aplikasi Tiktok sendiri tetapi pada aplikasi lainnya yaitu dalam aplikasi Instagram, Twitter dan Youtube. Video Kreatif tersebut merupakan Suatu konten yang mengandung beberapa ide yang dituangkan oleh kreator video tersebut bisa dikatakan sebagai *Content Creator*.

Suatu video kreatif yang diunggah dalam aplikasi Tiktok merupakan hasil karya *Content Creator*, dimana pencipta karya menuangkan idennya secara nyata dalam video yang dibuat dalam aplikasi Tiktok. Semakin terkenalnya aplikasi ini menyebabkan banyak *Content Creator* menggunakan Tiktok untuk menyalurkan ide kreativitasnya agar mendapatkan ketenaran dan keuntungan lainnya. Bahwa video kreatif yang tercipta merupakan hasil dari cipta, rasa, dan karsa. Maka *Content Creator* menjadikan Aplikasi Tiktok sebagai tempat menghasilkan uang dari video kreatif yang dia hasilkan, dimana mendapatkan suatu keuntungan dari video tersebut.

¹ Susilowati, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo_allpennliebe)", *Jurnal Komunikasi* 9, No.2, (2018),176.

² Tiktok (2020) *Tentang Tiktok (Misi Kami)*, <https://www.tiktok.com/about?lang=id> (diakses 20 juni 2020)

Munculnya beberapa fenomena dalam masyarakat dimana banyaknya masyarakat Indonesia menjadi *Conten Creator* dan membuat video kreatif yang identikal dan meniru suatu video yang seharusnya tidak boleh dilakukan dan banyak video kreatif yang diunduh dan ditayangkan ulang tanpa izin pada aplikasi media sosial yaitu aplikasi Instagram, Youtube dan Twitter maka bisa dinyatakan sebagai suatu pelanggaran Hak Cipta. Suatu karya cipta yang berupa video kreatif sangat mudah untuk diduplikasikan maka hal tersebut hampir tidak bisa dibedakan dengan video yang otentik.³

Maka Suatu video kreatif yang berwujud secara nyata dilindungi ciptaannya. Diketahui bahwa dalam pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (untuk selanjutnya disebut UUHC) menjelaskan definisi Ciptaan yaitu merupakan hasil karya seorang pencipta karya baik karya tersebut merupakan bagian dari ilmu pengetahuan atau seni yang diciptakan dengan imajinasi, pikiran, dan inspirasi yang diekspresikan dalam bentuk nyata. Pencipta karya memiliki hak dalam ciptaannya yang dinamakan hak cipta. Definisi Hak Cipta tersendiri termuat dalam Pasal 1 angka 1 dalam UUHC, bahwa Hak Cipta ialah Hak Eksklusif yang hanya untuk pencipta karya agar tiada seseorang yang menggunakan hak tersebut tanpa persetujuan dari pencipta, dan dalam hak eksklusif mencakup beberapa hak yaitu Hak Moral dan Hak Ekonomi.⁴

Hak Cipta ialah jenis kekayaan intelektual yang mendapatkan perlindungan hukum, hal tersebut dinyatakan dalam *TRIPS Agreement*⁵. Pada bidang Hak cipta memiliki manfaat bagi pencipta dengan memiliki daya intelektualnya dalam menciptakan karya yang dilindungi.⁶ Indonesia merupakan anggota WTO yang mencakup *TRIPS Agreement* dimana indonesia harus mematuhi *TRIPS Agreement* termasuk menyesuaikan standar internasional *TRIPS Agreement* ke dalam UUHC di Indonesia.⁷ Dengan adanya persetujuan *TRIPS Agreement* mengenai pengaturan perlindungan Kekayaan intelektual bahwa ditegaskannya bahwa siapapun melakukan pelanggaran Hukum HKI pihak tersebut wajib mempertanggungjawabkan.⁸ Perlindungan hukum juga patut diberikan kepada seseorang yang sudah menciptakan suatu karya intelektual. Dimana Konsep HKI dimaknai sebagai adanya penghargaan dari kreativitas seseorang dalam bentuk hasil karya cipta dan seni yang dilihat dalam salah satu teori perlindungan hukum hak kekayaan intelektual yakni *Reward Theory* yang dikemukakan oleh Robert C. Sherwood yang menyatakan bahwa *Reward Theory* menjelaskan bahwa sebagai imbalan terhadap karya intelektual pencipta video kreatif

³ Kusno, Habi, "Perlindungan Hukum Hak Cipta terhadap Pencipta Lagu yang Diunduh Melalui Internet", *Fiat Justisia Journal of Law* 10, No.3, (2016), 490.

⁴ Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dkk., *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*, (Denpasar, Swasta Nulus, 2018), 22.

⁵ Dharmawan, Ni Ketut Supasti., dkk, *Op.cit.* h.12.

⁶ Pawitram, M.R.A, Dharmawan, N.K.s, dan Indrawati, A.K.S, " Pengaturan Lembaga Manajemen Kolektif Berkaitan dengan Penarikan Royalti Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta", *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Kertha Semaya* 5, No.1, (2017), 2.

⁷ Dharmawan, Ni Ketut Supasti, "Protecting Traditional Balinese Weaving trough Copyright Law : Is It Appropriate?", *Jurnal Diponegoro Law Review* 2, No. 1, (2017), 17.

⁸ Dharmawan, Ni Ketut Supasti dan Wiryawan, Wayan, "Keberadaan dan Implikasi Prinsip MFN dan NT dalam Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia", *Jurnal Magister Hukum Udayana* 6, No.2, (2014), 261.

yang diunggah pada aplikasi TikTok.⁹ Suatu konten merupakan karya seni yang berbentuk dalam gambaran yang bergerak yaitu video dapat dikatakan sebagai Karya Sinematografi. Karya sinematografi ialah ciptaan yang merupakan gambar yang bisa bergerak dan dapat dibuat dalam piringan video atau media lain yang membolehkan untuk dipetunjukkan di televisi atau di media lainnya hal tersebut Dinyatakan pada pasal 40 ayat (1) huruf m dimana harus dilindungi dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Oleh karena itu, video kreatif sebagai karya seni merupakan objek yang seharusnya dilindungi Hak Cipta, namun dapat dipahami bahwa aplikasi TikTok menjelaskan syarat dan ketentuan dalam menggunakan aplikasi Tiktok ini yang lupus pada orang untuk jarang membaca syarat dan ketentuan tersebut. Padahal hal tersebut merupakan landasan hukum yang merupakan perlindungan hukum bagi *Conten Creator* terhadap *developer* TikTok.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan hak cipta atas video kreatif yang diunggah di aplikasi TikTok dalam perspektif UUHC?
2. Bagaimana sanksi hukum atas penayangan ulang video yang diunggah aplikasi tiktok tanpa izin yang berdasarkan UUHC?

1.3. Tujuan Penulisan

Penulisan karya ilmiah ini memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pengaturan hak atas video yang diunggah di aplikasi TikTok dalam perspektif UUHC serta untuk mengetahui sanksi hukum atas penayangan ulang video yang diunggah aplikasi TikTok tanpa izin yang berdasarkan UUHC.

2. Metode Penelitian

Kajian ini menerapkan Metode Penelitian Hukum dengan Jenis Penelitian hukum normatif yaitu Jenis Penelitian yang dilihat dari sudut pandang norma. Pendekatan Penelitian Hukum Normatif yang digunakan yaitu Pendekatan Perundang-Undangan dan Pendekatan Fakta. Metode analisis data dalam kajian ini yaitu menggunakan Analisa data deskriptif dan kualitatif yang merupakan penelitian yang menggunakan gambaran dan menginterpretasikan suatu kondisi yang sedang ada, pendapat, dan proses yang sedang berlangsung yang diakibatkan karena suatu kejadian yang sedang berkembang.¹⁰

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengaturan Hak Cipta Atas Video yang Diunggah di Aplikasi TikTok dalam Perspektif UUHC

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang saat ini sedang mengalami peningkatan dalam jumlah unduhan. Aplikasi ini sudah mengalahkan aplikasi lainnya dengan jumlah unduhan aplikasi terbanyak pada tahun 2019 yaitu 740 juta kali unduhan. Hal ini terjadi dikarenakan banyaknya antusias dari masyarakat Indonesia yang mengunduh aplikasi ini sebagai cara mereka untuk mengisi waktu selama di rumah saja dengan cara beraktivitas dan berkreasi dalam bentuk video kreatif yang dibuat dalam aplikasi TikTok yang memiliki fitur-fitur unik, berbagai *challenge* yang

⁹ Rois, Muhammad Fahmi dan Roisah, Kholis, "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Kerajaan Kuningan Tumang", *Kanun Jurnal Ilmu hukum* 20, No.3, (2018), 407

¹⁰ Sunarto, *Metode Penelitian Deskriptif*, (Surabaya, Usaha Nasional, 1990), 47.

menarik, dan banyaknya musik yang disediakan oleh TikTok sehingga banyaknya pengguna TikTok melakukan peforma tarian dan hal ini juga membuat para pengguna TikTok tertarik untuk mengunduh dan mengikuti *challenge* yang *viral* dikalangan masyarakat Indonesia.¹¹ Para pengguna aplikasi TikTok baik sebagai *Content Creator* atau sebagai penonton, semua pihak harus patuh dengan peraturan yang diberikan oleh aplikasi TikTok. Namun sangat disayangkan karena banyak para pengguna mengabaikan peraturan tersebut yang tertulis dalam syarat dan ketentuan dalam penggunaan aplikasi TikTok. Dalam Syarat dan Ketentuan menggunakan aplikasi TikTok dijelaskan mengenai bagaimana TikTok menjelaskan beberapa hal penting mengenai bagaimana aplikasi Tiktok melindungi video kreatif yang diunggah oleh *Content Creator* dan bagaimana aplikasi tiktok menangani apabila adanya pelanggaran Hak Cipta dari suatu video kreatif yang dibuat oleh *Content Creator*. Hal tersebut merupakan landasan hukum yang diberikan oleh TikTok dalam melindungi para penggunanya dari bentuk pelanggaran Hak Cipta.

Video kreatif merupakan hasil ciptaan yang berwujud nyata dan asli dari *Content Creator* maka ciptaan tersebut harus dilindungi. Keaslian yang dimaksud yaitu berkaitan dengan suatu unsur kreatifitas yang khas dari video kreatif tersebut.¹² Hal ini karena, setiap hasil karya dari pencipta memiliki nilai ekonomis mengingat seorang *Content Creator* sudah menginvestasikan waktunya, tenaga, dan pikirannya untuk membuat karya yang diunggah melalui aplikasi TikTok. *Content Creator* adalah pencipta dari suatu karya video kreatif tersebut maka sangat pentingnya melindungi hak-hak yang dimiliki oleh pencipta. Apabila dilihat dalam UUHC, Video kreatif belum memiliki definisi tersendiri dalam UUHC. Video adalah teknologi yang merekam suatu proses, transmisikan, menata dan juga menangkap kembali gambar bergerak tersebut.¹³ Namun video kreatif dapat dikategorikan sebagai karya sinematografi yang merupakan ciptaan karya gambar bergerak yang diunggah pada suatu media dan video kreatif yang dihasilkan dari aplikasi TikTok sesuai dengan definisi tersebut. Karya sinematografi merupakan ciptaan yang harus dilindungi menurut UUHC sesuai dengan pasal 40 ayat (1) huruf m, dilihat dalam pasal tersebut dapat dinyatakan bahwa video kreatif yang diunggah melalui aplikasi TikTok mendapat perlindungan Hak Cipta. Definisi Hak cipta terdapat pada Pasal 1 angka 1 UUHC bahwa Hak Cipta ialah hak eksklusif untuk pencipta atau pemegang hak yang bisa mengumumkan ciptaannya tersendiri dan memberikan izin atas ciptaannya kepada pihak lain.¹⁴ Pemegang Hak Cipta berhak untuk mengontrol suatu penggunaan hasil karya atau hasil informasi tertentu.¹⁵ Hak Eksklusif yang dimiliki oleh pencipta menurut pasal 4 UUHC menyatakan bahwa Hak Eksklusif ialah Hak Moral dan Hak Ekonomi.¹⁶ Pengertian dari Hak Moral yaitu hak yang secara otomatis

¹¹ Susilowati, *Op.cit.*, h. 177.

¹² Tus, D.S.A.K, "Perlindungan Hukum terhadap Keaslian Cerita Rakyat", *Jurnal Magister Hukum Udayana* 3, No.3, (2014), 472.

¹³ Priyanto, I Made Dedy, "Tanggung Jawab Pihak Youtube terhadap Pelanggaran Video Tanpa Izin Pencipta", *Jurnal Kertha Negara* 7, No. 10, (2019), 4.

¹⁴ Atsar, Abdul, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta, CV Budi Utama, 2012), 31.

¹⁵ Munawar, Akhmad, "Upaya Penegakan Hukum Pelanggaran Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta", *Jurnal Al'Adl Fakultas Hukum Universitas Islam Kalimantan* 8, No. 2, (2016), 127.

¹⁶ Wijaya, I Made Marta, "Perlindungan Hukum Atas Vlog Di Youtube yang Disiarkan Ulang Oleh Stasiun Televisi Tanpa Izin", *Jurnal Kertha Semaya* 7, No.3, (2019), 6.

melekat secara pribadi dari seorang pencipta, agar Hak Moral terus melekat pada suatu karya pencipta yaitu dengan mencantumkan nama pencipta, menggunakan nama asli atau atau samaran. Hak Ekonomi ialah hak yang dimiliki seorang pencipta dan secara otomatis dimiliki mendapatkan suatu keuntungan dari karya ciptaan yang dibuat.¹⁷

Hak Ekonomi dari suatu video kreatif yang diunggah dalam aplikasi TikTok secara otomatis sudah terlepas hak tersebut kepada aplikasi TikTok, dijelaskan dalam ketentuan layanan TikTok dimana para pengguna aplikasi Tiktok atau pemilik konten (*Content Creator*) mengunggah video tersebut dalam layanan Aplikasi TikTok maka secara otomatis para *Content Creator* memberikan lisensi yaitu bersifat tanpa syarat dan tidak dapat di tarik kembali, non-eksklusif, dan bebas royalti maka para penonton bisa mengunduh, mempublikasikan atau mengirimkan video kreatif dalam format dan *Platform* apapun. Dapat dikatakan hak ekonomi dari suatu video kreatif yang diunggah dalam aplikasi TikTok sudah tidak ada sejak ditayangkan di aplikasi TikTok karena *Content Creator* sudah melepaskan hak itu setelah video itu terunggah. Dengan ada ketentuan tersebut memicu permasalahan dimana video kreatif bisa diunduh secara bebas dan ditayangkan ulang tanpa di berbagai platform media sosial. Dengan ada ketentuan ini yang membuat tidak adanya perlindungan hak cipta atas video kreatif yang dibuat dan diunggah oleh *Content Creator*. Namun agar tidak adanya terjadi pelanggaran Hak Cipta, setiap video kreatif yang diunggah di aplikasi TikTok akan diberikan suatu *Watermark*, dimana dituliskannya nama seorang *Content Creator* baik nama asli atau nama samaran. Hal tersebut menjelaskan bahwa aplikasi TikTok tidak melepaskan Hak Moral secara otomatis dari suatu video tersebut dikarenakan aplikasi TikTok menyediakan *Watermark* yang selalu ada di dalam bagian video kreatif tersebut maka suatu karya tersebut sudah terlindungi hak ciptaannya.

Apabila suatu video kreatif diunduh oleh para pengguna TikTok (penonton) dan ditayangkan ulang pada *platform* media sosial lainnya maka tidak melanggar Hak Moralnya, dikarenakan Hak Moral yang terdapat dalam video kreatif mencantumkan nama asli atau samaran pencipta dari karya tersebut. Berdasarkan Pasal 5 ayat (1) UUHC mengenai Hak moral yang melekat secara pribadi pencipta untuk bisa mencantumkan nama baik nama samaran atau aliasnya. Pemakaian ciptaannya untuk umum dan memiliki hak untuk mengubah ciptaannya. Namun dengan banyaknya fenomena yang terjadi pada saat ini, banyaknya pihak yang tidak bertanggung jawab atas ciptaan orang lain dengan cara menutupi Hak Moral dari suatu video tersebut dengan cara menghapus nama pencipta video kreatif tersebut dan tidak bertanggung jawab atas perbuatannya. Adapun cara untuk melindungi Hak Moral dari suatu video kreatif yaitu dilihat dalam Pasal 6 UUHC mengenai perlindungan atas Hak moral dimana pencipta karya berhak atas informasi manajemen ciptaannya. Sebagaimana diatur dalam Pasal 7 ayat (1) dan (2) UUHC bahwa manajemen Hak Cipta maka dilakukan dengan metode mengidentifikasi originalitas substansi ciptaannya dan siapa penciptanya. Lebih lanjut informasi elektronik Hak cipta meliputi beberapa informasi mengenai ciptaan yang timbul dan melekat secara elektronik yaitu informasi mengenai nama pencipta baik nama alias atas nama samaran. Selain terjadinya pelanggaran Hak Cipta dalam bentuk menghilangkan suatu Hak Moral yang melekat dalam suatu karya ciptaan, banyak fenomena yang terjadi yang dialami oleh para *Content Creator* dimana ciptaannya diunduh dari aplikasi tiktok lalu di tayangkan ulang di beberapa *Platform* media sosial dan menggunakan video kreatif milik orang

¹⁷ Dharmawan, Ni Ketut Supasti., dkk, *Op.cit.*, h.22.

lain untuk memanfaatkan nilai ekonomis dari video tersebut. Hal tersebut dikarenakan adanya ketentuan dari TikTok yang dimana hak ekonomi tersebut lepas secara otomatis setelah video kreatif itu diunggah di aplikasi TikTok. Dengan adanya ketentuan tersebut menyebabkan banyak terjadi pembajakan konten dan penayangan ulang tanpa izin, karena video kreatif itu dianggap sebagai video-video Biasa yang tidak memiliki nilai ekonomis. Arti dari "Pembajakan" terdapat pada Pasal 1 angka 23 UUHC memiliki arti yaitu pembajakan merupakan suatu duplikasi ciptaan yang secara tidak sah dan yang disiarkan secara luas dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Maka pembajakan konten merupakan video kreatif yang disiarkan ulang di berbagai *platform* media sosial tanpa izin dari *Content Creator* dan memanfaatkan nilai ekonomi dari video kreatif.¹⁸

Suatu pembajakan konten sangat merugikan para *Content Creator* karena video kreatif diunggah dalam aplikasi TikTok merupakan bentuk karya yang menginvestasikan banyak waktu dan ide yang tertuang dalam pembuatan video tersebut, dan video kreatif ditonton oleh banyak para pengguna TikTok lainnya dan bisa menyebabkan video kreatif menjadi *Viral* dalam aplikasi TikTok maka sangat menguntungkan *Content Creator* dikarenakan dengan video yang dibuat menjadi *Viral* banyaknya para bisnis tertarik untuk berkerja sama dengan *Content Creator* baik dalam bentuk mempromosikan suatu barang dalam bentuk video kreatif dan terjadinya suatu bisnis dari hasil karya yang dibuat oleh pencipta. Video kreatif tersebut bisa *Viral* dikarenakan memiliki ciri khas yang tertuang dalam video tersebut maka nilai ekonomi suatu video kreatif sangat tinggi apabila video tersebut akan terus *Viral*. Sangat diperlukannya video kreatif yang diunggah dalam aplikasi TikTok untuk dilindungi Hak Ekonomi dari suatu video kreatif tersebut, menurut Miller dan Davis dimana suatu karya mendapatkan perlindungan hak cipta berdasarkan kriteria keaslian yang tertuang dalam video kreatif tersebut.¹⁹. Namun apabila terjadinya Pembajakan Konten maka dinyatakan sebagai Pelanggaran Hak Cipta karena adanya cara untuk memanfaatkan nilai ekonomi dari video kreatif tanpa izin. Dilihat dalam Pasal 9 ayat (1) UUHC maka hanya pencipta atau pemegang Hak cipta yang berhak mempunyai Hak Ekonomi untuk bisa menerbitkan ciptaannya, menggandakan ciptaannya dan mengumumkan ciptaannya, dan Pasal 9 ayat (3) UUHC menyatakan setiap orang dilarang untuk melakukan penggandaan atau menggunakan secara komersial apabila orang tersebut tidak memiliki izin dari pencipta karya atau pemegang hak cipta.

Adapun penjelasan mengenai tindakan bukan sebagai pelanggaran Hak Cipta, sesuai dengan Pasal 43 huruf d UUHC, menjelaskan bahwa dengan menyebarluaskan suatu konten Hak Cipta via media sosial dan hal tersebut tidak bersifat komersial atau menguntungkan pencipta, maka bisa dinyatakan tidak termasuk sebagai pelanggaran Hak Cipta, dan juga apabila pencipta menyatakan tidak keberatan atas terjadinya penyebarluasan konten tersebut. Dalam Pasal 44 ayat (1) UUHC menjelaskan mengenai dimana suatu konten Hak Cipta (video kreatif) bisa diunduh, digunakan, dan digandakan bukan merupakan pelanggaran Hak Cipta apabila disebutkan sumber dari ciptaan tersebut dengan adanya nama pencipta dari karya tersebut dan secara

¹⁸ Wijaya, I Made Marta, *loc.cit.*

¹⁹ Mahartha, Ari, "Pengalihwujudan Karya Sinematografi Menjadi Video Parodi Dengan Tujuan Komersial Perspektif Perlindungan Hak Cipta", *Jurnal Kertha Patrika* 40, No. 1, (2018), 17.

lengkap untuk penulisan karya ilmiah, Pendidikan, penelitian atau tinjauan suatu masalah yang tidak merugikan pencipta.

3.2. Sanksi Hukum atas Penayangan Ulang Video yang Diunggah Aplikasi TikTok Tanpa Izin yang Berdasarkan UUHC

Dengan adanya penayangan ulang video kreatif yang diunggah pada aplikasi TikTok, kini penayangan ulangan tersebut tersebar di beberapa media sosial dengan tanpa izin dari pencipta karya atau seorang *Content Creator* yang bersusah payah dalam membuat video kreatif tersebut. Adapun beberapa sanksi hukum yang bisa dikenakan bagi para pihak lain yang melanggar Hak Moral dan Hak cipta yang terdapat pada video kreatif tersebut.

Sanksi Hukum bagi para pihak yang melanggar Hak Moral yang secara melekat pada video kreatif yang diunggah pada Aplikasi Tiktok bahwa tidak dikenakan sanksi pidana dalam UUHC, perbuatan pelanggaran tersebut sangat disayangkan hanya bisa melakukan gugatan dalam ranah perdata yakni dilihat pada pasal 99 ayat (1) UUHC bahwa pencipta karya berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada pengadilan niaga atas pelanggaran hak cipta, dimana pencipta video kreatif dapat melakukan gugatan perdata untuk meminta ganti rugi atas pelanggaran hak cipta tersebut, diatur juga pada pasal 100 UUHC mengenai mengenai tata cara gugatan atas pelanggaran hak cipta diajukan kepada ketua pengadilan niaga dan mengenai amar putusan untuk membayar ganti rugi paling lambat 6 bulan setelah putusan berkekuatan hukum dikeluarkan sesuai dengan ketentuan Pasal 96 ayat (3) UUHC.

Menjelaskan lebih lanjut pada pasal 105 UUHC bahwa hak untuk mengajukan gugatan keperdataan atas pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak terkait tidak mengurangi Hak Pencipta karya. Pelanggaran yang dilakukan dengan tanpa adanya perjanjian tertulis terhadap penayangan ulang video kreatif ditandakan sebagai perbuatan melawan hukum yang dapat menimbulkan gugatan ganti rugi. Dilihat pada pasal 1365 KUHPerdata bahwa adanya orang yang melakukan kesalahan yang menyebabkan orang lain menderita kerugian.

Sanksi Hukum dalam ranah pidana terjadinya pelanggaran Hak Cipta terdapat pada Pasal 113 ayat (3) UUHC, menjelaskan bahwa apabila seseorang tidak memiliki hak atau izin dan melakukan pelanggaran hak cipta baik berupa penerbitan ulang, penggandaan ciptaan dan menggunakan nama pihak lain dan digunakan secara menguntungkan maka dapat dipidana penjara paling lama 3 tahun atau pidana denda paling banyak lima ratus juta rupiah. Tindakan pelanggaran Hak Cipta bagi pihak yang menggunakan Hak Ekonomi dari Video Kreatif yang disiarkan ulang wajib mendapatkan izin dari pencipta karya dan dilarang melakukan penggandaan serta penggunaan secara komersil atas ciptaannya tanpa seizin Pencipta Karya.

Perlu disadari bahwa bentuk pelanggaran Hak cipta termasuk delik aduan sebagaimana dinyatakan pada pasal 120 UUHC, maka harus dilaporkan oleh Pencipta Karya yang merasa dirugikan untuk dapat diproses apabila memang benar ada pengaduan pihak yang dirugikan.

4. Kesimpulan

Peraturan Hak Cipta atas video yang diunggah di aplikasi TikTok dalam perspetif UUHC, bahwa Video kreatif yang diunggah oleh *Content Creator* merupakan bagian dari Karya Sinematografi dikarenakan video kreatif masuk dalam kategori definisi Karya Sinematografi dan dinyatakan pada Pasal 40 ayat (1) huruf m UUHC bahwa ciptaan Karya Sinematografi dilindungi Hak Ciptanya. Sanksi Hukum atas

penayangan ulang video yang diunggah pada aplikasi TikTok adapun sanksi pidana yang diatur pada Pasal 113 ayat (3) UUHC dan pencipta karya memiliki hak untuk mengajukan gugatan dalam ranah perdata yakni sesuai pada pasal 99 ayat (1) dan pada pasal 100 UUHC mengenai tata cara gugatan ganti rugi, suatu bentuk pelanggaran Hak Cipta termasuk dalam delik aduan yang sudah tertulis pada Pasal 120 UUHC.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Atsar, Abdul, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta, CV. Budi Utama, 2013).
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dkk., *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*, (Denpasar, Swasta Nulus, 2018).
- Muhamad, Abdulkadir, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung, PT. Cita Aditya Bakti, 2007).
- Sunarto, *Metode Penelitian Deskriptif*, (Surabaya, Usaha Nasional, 1990).

Jurnal:

- Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dan Wiryawan, Wayan, "Keberadaan dan Implikasi Prinsip MFN dan NT dalam Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual Indonesia", *Jurnal Magister Hukum Udayana* 6, No.2, (2014).
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti, "Protecting Traditional Balinese Weaving Trough Copyright Law : Is It Appropriate?", *Jurnal Diponegoro Law Review* 2, No. 1, (2017).
- Kusno, Habi, "Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Pencipta Lagu Yang Diunduh Melalui Internet", *Fiat Justisia Journal of Law* 10, No. 3, (2016).
- Mahartha, Ari, "Peralihwujudan Karya Sinematografi Menjadi Video Parodi Dengan Tujuan Komersial Perspektif Perlindungan Hak Cipta", *Jurnal Kertha Patrika* 40, No.1, (2018).
- Munawar, Akhmad, "Upaya Penegakan Hukum Pelanggaran Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta", *Jurnal Al'adl Fakultas Hukum Universitas Islam Kalimantan* 8, No. 2 (2016).
- Pawitram, M.R.A, Dharmawan, N.K.S, dan Indrawati A.K.S, "Pengaturan Lembaga Manajemen Kolektif Berkaitan dengan Penarikan Royalti Berdasarkan Undang-Undang Nomor. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta", *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Kertha Semaya* 5, No.1, (2017).
- Priyanto, I Made Dedy, "Tanggung Jawab Pihak Youtube terhadap Pelanggaran Video Tanpa Izin Pencipta", *Jurnal Kertha Negara* 7, No.10, (2019).
- Rois, Muhammad Fahmi dan Roisah, Kholis, "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Kerajinan Kuningan Tumang", *Kanun Jurnal Ilmu hukum* 20, No.3, (2018),
- Susilowati, "Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe)", *Jurnal Komunikasi* 9, No.2, (2018).

Tus, D.S.A.K., "Perlindungan Hukum terhadap Keaslian Cerita Rakyat", *Jurnal Magister Hukum Udayana* 3, No. 3, (2014).

Wijaya, I Made Marta, "Perlindungan Hukum Atas Vlog Di Youtube yang Disiarkan Ulang Oleh Stasiun Televisi Tanpa Izin", *Jurnal Kertha Semaya* 7, No.3, (2019).

Online/World Wide Web:

TikTok (2020) *Tentang Tiktok (Misi Kami)*, <https://www.tiktok.com/about?lang=id> (diakses pada tanggal 20 Juni 2020)

TikTok (2020) *Ketentuan Layanan*, <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-use?lang=id> (diakses pada tanggal 24 Juni 2020)

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.