
Perlindungan Hak Cipta pada *Platform* Digital Kreatif YouTube

Fitri Astari Asril

Universitas Padjadjaran
fastariasril@gmail.com

Rika Ratna Permata

Universitas Padjadjaran
permata_rika@yahoo.com

Tasya Safiranita Ramli

Universitas Padjadjaran
tasya_safiranita@yahoo.com

DOI: 10.23917/jurisprudence.10i2.10368

Submission

ABSTRAK

Track:

Received:
4 Desember 2020

Final Revision:
27 Februari 2021

Available online:
27 Maret 2021

Corresponding
Author:

Fitri Astari Asril
fastariasril@gmail.com

Tujuan: Penelitian ini akan membahas mengenai, pertama, bentuk perlindungan hak cipta pada *platform* Youtube menurut Undang-Undang Hak Cipta (UUHC). Kedua, aturan hukum yang berkaitan dengan digital kreatif pada platform YouTube menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Metodologi: Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif berdasarkan peraturan perundang-undangan yang dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang menjadi patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas. Data yang digunakan berupa data sekunder dengan mengkaji literatur serta peraturan perundang-undangan terkait hak cipta dan korelasinya dengan hukum teknologi informasi dan transaksi elektronik dalam digital platform YouTube. Analisis data yang digunakan bersifat yuridis kualitatif.

Temuan: Penelitian ini menunjukkan pemerintah Indonesia belum secara maksimal melindungi pencipta, pemegang hak cipta dan bahkan *content creator* yang telah mewujudkan ide kreatifnya ke dalam bentuk konten video di YouTube. Di samping itu, masih maraknya praktik pelanggaran hak cipta dalam *digital platform* YouTube juga merupakan bukti bahwa aturan hukum yang berlaku saat ini belum dapat menjawab persoalan di atas.

Kegunaan: Hadirnya mekanisme hukum yang secara bersamaan mampu memenuhi hak eksklusif dari pencipta serta *content creator* guna mewujudkan digital kreatif sebagai bentuk pembangunan ekonomi Indonesia menjadi kenyataan dan menghindari benturan kepentingan antar kedua belah pihak. Di samping itu, diperlukan sebuah aturan hukum yang spesifik dan konkret dengan sanksi yang tegas terhadap perbuatan pelanggaran hak cipta sebagai bentuk perlindungan hak cipta secara maksimal.

Kebaruan/Orisinalitas: Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, tulisan ini memiliki perbedaan yang menekankan pada aspek digital kreatif sebagai salah satu pengembangan dari ekonomi kreatif yang bertumpu pada peranan *digital*

platform.

Keywords: *Hak Cipta, Digital Kreatif, Teknologi Informasi dan Komunikasi.*

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) tidak dapat dipungkiri semakin hari semakin berkembang. Dewasa ini, hampir seluruh aspek kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari yang namanya TIK. Abad ke-21 atau “era digital” ini, dibuktikan dengan eksistensi gawai (*gadget*). Seiring berkembangnya zaman, sistem informasi dan teknologi telah digunakan pada banyak sektor kehidupan, seperti menjamurnya berbagai *digital platform*, baik itu yang diciptakan dalam rangka perdagangan hingga hiburan.

Digital platform dikonsepsikan sebagai suatu infrastruktur berbasis digital, dengan sumber daya komputasi dan jaringan yang memungkinkan pihak-pihak yang di dalamnya dalam mengembangkan konten-konten yang dibutuhkan. *Digital platform* telah menjadi mode utama yang mengatur berbagai kehidupan manusia, meliputi ekonomi, politik, dan interaksi sosial. Dalam kurun waktu 15 tahun belakangan ini, muncul *platform-platform* seperti *amazon.com* (*e-commerce*), *edmodo* (pendidikan), *gojek* (transportasi), *facebook* (media sosial), *instagram* (tempat berbagi gambar), *YouTube*, dan lain sebagainya. *Platform* yang berbasis internet sejatinya tidak dapat dilepaskan dari aspek ekonomi, hingga aspek kekayaan intelektual, khususnya hak cipta.

Hak cipta menganut adanya hak yang semata-mata diperuntukkan bagi penciptanya, sehingga tidak ada pihak lain yang boleh memanfaatkan hak tersebut tanpa izin pencipta atau yang menerima hak tersebut (Damian, 2005), atau yang biasa disebut dengan hak eksklusif, yang terdiri dari hak moral dan hak ekonomi sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 4 UUHC. Aspek moral yang dapat dikaitkan dengan suatu pencarian eksistensi serta aspek ekonomi juga tidak dapat dilepaskan dari unsur nilai ekonomi yang diperoleh dari suatu karya cipta. Kultur berkenaan hak cipta dalam digital platform pun mulai tumbuh. Masyarakat internet, atau yang biasa disebut dengan warganet¹, berlomba-lomba untuk menciptakan suatu konten dalam sebuah sosial media, contohnya platform YouTube.

¹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Warganet merupakan akronim dari warga internet, merujuk pada orang yang aktif menggunakan internet.

Saat ini, dapat kita lihat menjamurnya *YouTuber*² atau pencipta konten (*content creator*) yang berusaha untuk menciptakan konten unik nan kreatif, guna menarik perhatian pengguna YouTube. Konten yang diunggah melalui YouTube ini dapat dikatakan sebagai ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah proses penciptaan melalui penelitian dan pengembangan (*research and development*), untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru yang bersifat komersial, diwujudkan dalam bentuk kekayaan intelektual seperti desain, merek dagang, paten, hak cipta, dan royalti (Suryana, 2013). Tanpa ada batasan, siapa pun dapat membuat suatu konten *YouTube*. Semakin kreatif suatu konten, maka semakin banyak penonton dari video yang diunduh tersebut.

Sedikit mirip dengan ekonomi kreatif, digital kreatif merupakan suatu penciptaan yang melibatkan kreativitas manusia, menghasilkan suatu karya yang diwujudkan dalam bentuk hak cipta melalui suatu *platform* digital. Digital kreatif sebagai pengembangan ekonomi kreatif yang berpusat pada pemanfaatan digital, tidak hanya menegakkan hak moral yang harus diperoleh pencipta, namun juga hak ekonomi berupa royalti yang mana suatu bagian yang tak dapat dipisahkan dari pribadi pencipta dan pemegang hak cipta. Namun, digital kreatif ini layaknya harus ditelaah secara lebih lanjut, karena rawan sekali timbul berbagai permasalahan yang melibatkan pencipta dan pemegang hak cipta dengan *content creator*. Pencipta dan pemegang hak cipta merasa dicerai hak eksklusifnya akibat ulah *content creator* yang menggunakan ciptaan mereka tanpa izin. Bahkan, video yang diunggah oleh *content creator* menjadi populer di mata penikmat video musik di YouTube. Tidak hanya itu saja, video-video *cover* dan parodi lagu mendapatkan suatu nilai ekonomi dari sistem monetisasi yang diberlakukan oleh YouTube. Hal tersebut lantas mempengaruhi hak ekonomi dalam bentuk royalti yang sepatutnya diperoleh pencipta dan pemegang hak cipta.

Permasalahan selanjutnya yang berkaitan dengan pelanggaran hak cipta adalah adanya fasilitas pengunduhan ilegal yang diakomodasi oleh situs pihak ketiga. Apabila kita telaah dari proses pembuatan konten-konten yang dimuat dalam YouTube, *YouTuber* dalam proses pembuatan kontennya tentu saja melakukan pengunduhan terhadap suatu karya sebagai pelengkap dari konten videonya. Video musik atau lagu yang diperoleh dari YouTube, dapat di unduh dari platform *YouTube* itu sendiri, namun tidak bisa digunakan secara lebih lanjut, seperti memuat dan menggabungkannya dalam suatu video. Video musik tersebut hanya dapat

² *YouTuber* merupakan sebuah pekerjaan di era digital dewasa ini, dimana para pemilik akun YouTube membuat sebuah konten untuk kemudian diunggah ke dalam platform YouTube, yang mendapat imbalan atas itu berdasarkan ketentuan yang telah ditentukan oleh YouTube.

diunduh untuk dinikmati secara pribadi oleh akun penikmat YouTube. Oleh karenanya, para YouTuber biasanya mengunduh suatu video musik ataupun lagu instrumen melalui situs unduh pihak ketiga, seperti *savefrom.net*, *onlinevideoconverter.com*, dan sebagainya.

Sangat disayangkan, payung hukum di Indonesia belum mengakomodir mengenai pihak ketiga yang memfasilitasi pengguna *YouTube* untuk mengunduh suatu video musik ataupun lagu instrumen secara cuma-cuma. Padahal, apabila kita lihat, adanya situs pihak ketiga ini dapat merugikan pemegang hak cipta yang konten musiknya diunggah dalam *platform YouTube*. Akibat dari pengunduhan secara gratis ini, maka pemegang hak cipta tentu tidak mendapatkan royalti yang layak dari pihak *YouTube*. Padahal baik pencipta/pemegang hak cipta maupun *content creator* mendapatkan keuntungan yang tidak sedikit dari di unggahnya konten video ke YouTube. Terlebih lagi, apabila video musik tersebut diubah (*convert*) ke dalam format lain, maka hasil *converting* tersebut akan dinikmati oleh pengunduh secara gratis. Sedangkan, untuk menikmati suatu hak cipta, penikmat suatu lagu dapat mengunduh secara sah melalui *platform* yang telah disetujui oleh pemilik hak cipta dalam mendistribusikan karya ciptaannya seperti *Apple Music*, *Spotify*, dan lain sebagainya. Hal tersebut merupakan pelanggaran apabila pengunduhan dan *converting* dilakukan tanpa izin dari pencipta dan/atau pemegang hak cipta.

Permasalahan-permasalahan di atas tentunya pantas untuk dikaji lebih lanjut agar dapat ditemui penyelesaiannya. Sayangnya, payung hukum yang telah ada yakni Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut dengan UUHC) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut dengan UU ITE) sendiri tampaknya belum mampu melindungi hak cipta yang digunakan tanpa izin dalam suatu video dan pengunduhan suatu hak cipta yang difasilitasi oleh situs pihak ketiga, baik dalam bentuk video maupun mengubahnya (*convert*) ke dalam bentuk audio, seperti kasus yang telah dipaparkan di atas, terkhusus perihal royalti yang menjadi salah satu hak eksklusif atas suatu penciptaan yang diterima oleh pencipta.³ Padahal, praktik-praktik seperti ini semestinya menjadi hal yang penting diperhatikan guna melindungi tidak hanya pencipta dan pemegang hak cipta, namun juga *content creator* atau YouTuber yang membawa angin baru dalam dunia hiburan bagi masyarakat bahkan dalam aspek ekonomi kreatif di bidang lapangan pekerjaan.

³ Lihat Pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 29 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Menanggapi adanya permasalahan di atas, diperlukan suatu aturan yang tidak hanya melindungi video musik sebagai hak cipta namun secara bersamaan juga melindungi digital kreatif sebagai bentuk buah pemikiran. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisa bentuk perlindungan dan aturan hukum yang tepat dalam menanggapi digital kreatif dan pengaruhnya terhadap hak cipta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yang menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dikaitkan dengan teori hukum dalam praktik pelaksanaan yang menyangkut dengan permasalahan yang diteliti (Soemitro, 1990). Metode pendekatan hukum yang digunakan dalam tulisan ini secara yuridis normatif atau penelitian hukum normatif, yakni pendekatan penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan penelitian yang utama (Soekanto dan Mamudji, 2011). Penelitian ini mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan, teori serta doktrin dari hak cipta dan hukum teknologi informasi dan komunikasi.

Penulis melakukan penelitian kepustakaan dengan mengkaji data sekunder yang dilakukan dengan menggunakan studi dokumen atau studi kepustakaan dari bahan-bahan pustaka (Soekanto dan Mamudji, 2011), terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, seperti Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, UU ITE, dan UU HC. Bahan Hukum Sekunder, yakni bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yakni berupa referensi buku, jurnal ilmiah, artikel-artikel, koran, tesis, dan makalah yang berkaitan dengan objek permasalahan dalam penelitian ini. Di samping itu, bahan hukum sekunder juga diperoleh dari kepustakaan elektronik berupa internet untuk mencari dan mengakses informasi-informasi yang diperlukan.

Analisis data yang digunakan bersifat yuridis kualitatif. Dasar Kualitatif karena memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan kesatuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia atau pola-pola yang dianalisis gejala-gejala sosial budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai pola yang berlaku (Asshofa, 1996). Dasar yuridis karena skripsi ini ditulis berdasarkan pada asas dan kaidah serta gejala-gejala hukum yang ada di masyarakat.

PEMBAHASAN

Perlindungan hak cipta pada platform YouTube berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta (UUHC)

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁴ Hak cipta merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.⁵ Di negara Eropa, hak cipta dianggap sebagai suatu hak moral, sedangkan Amerika Serikat memahami hak cipta sebagai suatu hak ekonomi, yang mana istilah *copyright* yang dipergunakan dapat dipahami secara sederhana sebagai *the right to copy* atau hak untuk memperbanyak atau mengandakan, sehingga kompensasi materi berupa royalti kepada si pencipta dan pemegang hak cipta. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa hanya mengandalkan bidang industri sebagai ekonomi di negaranya tetapi mereka harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif karena kreativitas manusia itu berasal dari daya pikir yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar (Purnomo, 2016).

UUHC pada hakikatnya dibentuk untuk memberi jaminan kepastian hukum bagi pencipta dan pemegang Hak Cipta, juga merupakan respons terhadap perkembangan ekonomi kreatif yang menjadi salah satu andalan Indonesia, mengingat hak cipta menjadi basis terpenting ekonomi kreatif nasional.⁶ Perkembangan TIK juga menjadi salah satu variabel dalam UUHC, mengingat TIK di satu sisi memiliki peran strategis dalam pengembangan hak cipta, tetapi di sisi lain juga menjadi alat untuk pelanggaran hukum di bidang ini. Tujuannya agar fungsi positif dapat dioptimalkan dan dampak negatifnya dapat diminimalkan. Salah satu bukti perkembangan TIK yang memiliki dampak masif terhadap rezim hak cipta adalah dengan lahirnya *digital platform* bernama YouTube.

YouTube dewasa ini mayoritas diperuntukkan sebagai jaringan sosial yang berorientasi pada penyebaran video-video (*videos sharing*). Konten-konten yang ditawarkan di YouTube kian berkembang khususnya di konten musik, seperti video musik yang secara langsung diunggah oleh pencipta, penyanyi dan/atau label rekaman. Tidak hanya itu, *cover* lagu dan

⁴ Lihat Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

⁵ Lihat Pasal 4 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

⁶ Penjelasan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

parodi video musik atau lagu menjadi konten musik favorit yang ditonton oleh pengguna YouTube. YouTube, pada prinsipnya tidak menciptakan konten, tetapi mengakomodasi dan menampung konten-konten yang diunggah orang lain dan menjadi bagian dari substansi konten yang dikomersialkan dan bisa diakses publik. Tidak hanya popularitas yang didapat oleh *content creator* musik di *YouTube*, lebih dari itu, *content creator* serta musisi dan pencipta lagu juga dapat memperoleh nilai ekonomi dari video musik yang disaksikan oleh jutaan penonton. Sejatinya dari mana hal tersebut didapatkan, sedangkan pengguna YouTube dalam hal ini adalah penikmat video musik dapat menontonnya secara cuma-cuma hanya bermodalkan kuota dan sinyal internet. Perolehan nilai ekonomi yang diperoleh oleh *content creator* diperoleh dari iklan (*google adsense*) atau terlibat dalam industri media digital dengan melakukan *endorsement* dan *product placement*. Keuntungan finansial ini disebut dengan monetisasi. Monetisasi adalah cara media untuk memperoleh pendapatan melalui penjualan konten berbayar (Perrel, 2016), atau dalam hal ini adalah iklan (*adsense*⁷). *Google adsense* ini dimanfaatkan oleh *content creator* untuk memudahkan mereka dalam memonetisasi karyanya agar mendapat bayaran atau imbalan.

Namun, eksistensi YouTube tidak hanya membawa angin segar bagi industri hiburan namun juga memunculkan berbagai masalah khususnya terkait hak cipta. Berdasarkan pendapat yang diperoleh dari rekan bisnis yang bekerjasama dengan *content creator*, marak terjadi pelanggaran hak cipta dan penggunaan hak cipta yang dijadikan materi oleh *content creator* dalam videonya (Kalmari, 2015). Kesalahan tersebut yang terkadang dapat merugikan orang lain yakni musisi dan/atau pemegang hak cipta. Hal ini yang bisa disebut dengan pelanggaran hak cipta. Praktik pelanggaran hak cipta meliputi penggunaan lagu tanpa izin pada suatu video, pengubahan aransemen lagu, atau penggunaan cuplikan-cuplikan dari video musik yang digunakan tanpa izin dan dimuat dalam suatu konten video.

Nyatanya, hukum cenderung mendukung hak dari pada pencipta dan pemegang hak cipta asli. Para *content creator* seolah-olah tertindas akibat hukum yang berat sebelah. Padahal, apabila kita melihat dari sisi kaca mata dari pihak *content creator*, maka konten tersebut merupakan salah satu wujud olah pikir dan kreativitasnya dan tidak ada niatan untuk melakukan pelanggaran hak cipta. *Content creator* nyatanya juga telah membantu pencipta

⁷ *Adsense* adalah program kerjasama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs web atau blog yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka.

dalam mempromosikan dan mempopulerkan karyanya. Oleh karena itu, *content creator* tidak semata-mata bisa disalahkan, namun bagaimana hukum dapat melindungi *content creator* bersamaan dengan melindungi hak eksklusif dari pencipta dan pemegang hak cipta. Berdasarkan Teori Hukum Pembangunan yang dicetuskan oleh Mochtar Kusumaatmadja, Hukum yang baik adalah hukum yang dinamis (bergerak), maka jangan sampai hukum yang dibuat menghambat perkembangan yang ada di kehidupan manusia. Hukum tidak boleh anti pembangunan dan mendukung status *quo*, dan hukum harus dibina dan dikembangkan sehingga memberi ruang bagi pembangunan (Kusumaatmadja, 2002).

Perlindungan dalam hal ini adalah suatu bentuk konkret terhadap hak moral dan hak ekonomi yang sepatutnya diperoleh pencipta, pemegang hak cipta serta *content creator*. Pelanggaran hak cipta tidak selalu berkuat pada soal nilai ekonomi dan royalti yang sepatutnya diperoleh pencipta dan pemegang hak cipta, namun juga ada hak moral yang dipegang secara abadi oleh pihak pencipta dan pemegang hak cipta, yakni dalam bentuk eksistensi dan popularitas dari suatu ciptaan. Apabila kita perluas berbagai aturan yang dimuat dalam UUHC, maka sejatinya UUHC juga mampu melindungi *content creator* dan pemegang hak cipta secara bersamaan sebagai bentuk perwujudan dari kesuksesan digital kreatif.

Poin yang dijadikan fokus pada permasalahan ini yakni mengenai Lembaga Manajemen Kolektif atau LMK. Menurut Pasal 1 angka 24 UUHC, seluruh hak cipta akan mempunyai dampak kewajiban hak ekonomi ketika dia digunakan untuk tujuan komersial. Sepanjang karya cipta itu dikomersialkan, maka ada kewajiban bagi orang yang mempublikasikannya membayar royalti kepada pencipta dan/atau pemegang hak cipta (Ramli, 2018). Mekanisme tersebut yakni kerja sama antara pencipta dengan LMK sebagaimana tertuang dalam Pasal 87 UUHC. Wewenang dalam menghimpun royalti ini didasarkan kuasa yang diberikan oleh pencipta, pemegang hak cipta sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 88 ayat (2) UUHC.⁸ Perjanjian antara pencipta dan pemegang hak cipta dengan LMK sebagai bentuk pemberian kuasa atas wewenang yang diatur dalam Pasal 10 ayat (2), meliputi wewenang untuk menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti di bidang lagu dan/atau music dari pengguna yang bersifat komersial dan melakukan koordinasi dan menetapkan besaran royalti yang menjadi hak masing-masing. LMK bertugas sebagai pihak yang menjembatani pencipta dengan pengguna lagu dalam hal pengelolaan hak ekonomi dari para pencipta atas penggunaan lagu,

⁸ Lihat Pasal 88 ayat (2) huruf b Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta : mendapat kuasa dari Pencipta, Pemegang Hak Cipta, atau pemilik Hak Terkait untuk menarik, menghimpun, dan mendistribusikan Royalti;

atas dasar kuasa yang diberikan oleh pencipta lagu kepada LMK dan perjanjian kerja sama antara pencipta dan/atau pemegang hak cipta dengan LMK.

Disrupsi digital yang tidak lain merupakan pengaruh kemajuan TIK membuat pemanfaatan dari pada karya cipta musik dan lagu di *digital platform* menjadi sangat dominan sehingga peran dari LMK sangat dibutuhkan. Berangkat dari hal tersebut, seyogianya UUHC sebagai produk hukum yang menaungi hak cipta mampu memperluas teritorial wewenang dari LMK hingga mencakup bidang siber yang dalam tulisan ini dikhususkan pada YouTube. Terlebih lagi, dewasa ini hampir seluruh karya cipta lagu dapat diakses secara mudah melalui YouTube. YouTube bersama dengan LMK, juga sepatutnya melindungi hak eksklusif *content creator* yang mencurahkan idenya ke dalam bentuk video. Bahwasanya, prinsip hak cipta harus diubah, dari semula hak eksklusif dengan penekanan larangan absolut publikasi dan diseminasi dengan pendekatan kriminalisasi menjadi eksklusif dalam arti perolehan hak ekonomi dalam bentuk remunerasi bagi pencipta dan pemegang hak terkait (Ramli, 2019). Bentuk perlindungan, dan bukan pengekanan, merupakan salah satu wujud apresiasi terhadap ide kreatif anak bangsa, yang memiliki nilai popularitas dan nilai komersial yang tinggi.

Melihat peluang tersebut maka tidak hanya kuasa dalam menghimpun royalti saja, namun dapat meliputi kuasa untuk melakukan perundingan-perundingan dan menandatangani kontrak-kontrak dengan pihak lain. Wewenang tersebut juga dapat mencakup penghimpunan terhadap karya cipta musik dan lagu yang beredar di YouTube dengan izin atau tanpa izin dari pencipta lagu. Hal tersebut diperoleh dari hasil ekonomi dari *content creator* berdasarkan sistem monetisasi yang diberlakukan YouTube. *Media Over The Top (OTT)*, yang dalam hal ini adalah YouTube diidentikkan dengan TV yang menayangkan siaran secara *free to R* sehingga berkewajiban membayar royalti melalui LMK (Ramli, 2019). Nyatanya, Negara Jepang sepertinya sudah selangkah lebih maju dibandingkan LMK di Indonesia. Dapat dicontohkan, CMO (Collective Management Organization) di Jepang telah melakukan kesepakatan dengan penyedia layanan internet dan OTT dalam hal distribusi royalti di bidang musik. CMO membuat perjanjian lisensi dengan OTT untuk semua penggunaan. Perjanjian tersebut berlaku untuk penggunaan lagu hak cipta di layanan umum yang disediakan oleh Youtube (Lewinski&Slike, 2017). Melihat bagaimana Jepang telah mampu melindungi karya cipta pada *digital platform* dengan melakukan perjanjian dengan penyedia konten dan OTT, tidak menutup kemungkinan Indonesia melakukan hal yang serupa untuk melindungi

kepentingan pencipta, pemegang hak cipta, bahkan *content creator* pada platform YouTube. Berangkat dari hal tersebut, tugas LMK sebagaimana mandat dari peraturan perundang-undangan, dapat melakukan perjanjian dengan YouTube dalam menghimpun royalti yang sepatutnya didapat oleh Pencipta dan pemegang hak cipta. Perjanjian tersebut pada pokoknya akan memuat klausul mengenai persentase bagi hasil.

Klausul mengenai persentase (%) bagi hasil antara *content creator* dengan pencipta, pemegang hak cipta, dan pemilik hak terhadap karya cipta lagu/musik yang digunakan oleh *content creator* dalam konten videonya, seperti *cover*, parodi, musik latar, video lirik lagu, dan lain sebagainya. Besaran persentase tersebut merupakan hasil dari jumlah pendapatan suatu video yang diunggah *content creator*, berdasarkan sistem monetisasi, atau proses konversi yang awalnya tidak memiliki nilai ekonomi, menjadi sesuatu yang memiliki nilai ekonomi dengan cara bekerja sama dengan perusahaan afiliasi dan adsense. Klausul ini di samping mengatur besaran persentase yang akan diperoleh masing-masing pihak, juga mengatur mengenai cara penyaluran dana dan/atau royalti dari YouTube kepada LMK. Misalnya, persentase bagi hasil sebesar 60% kepada LMK, dan 40% yang diserahkan oleh YouTube kepada *content creator* atas konten video yang dibuatnya. Dana atau royalti tersebut akan disalurkan melalui rekening yang disepakati dalam perjanjian.

Tidak dianggap suatu pelanggaran publikasi melalui internet termasuk TV sepanjang yang bersangkutan memenuhi kewajibannya membayar royalti melalui LMK sesuai dengan perundang-undangan, kecuali diperjanjikan lain. Hal ini merupakan wujud menjunjung hak ekonomi dari pencipta, pemegang hak cipta dan hak terkait. Di sisi lain, perjanjian antara YouTube dengan LMK juga merupakan bentuk apresiasi serta penghargaan atas hak ekonomi yang sepatutnya diperoleh *content creator* atas ide kreatifnya, walaupun dalam hal ini memanfaatkan karya cipta orang lain.

Aturan Hukum Mengenai Digital Kreatif pada Platform Youtube dalam Rangka Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi Dan Kekayaan Intelektual

Teknologi Informasi saat ini menjadi pedang bermata dua karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan, dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum. Begitu pula dengan lahirnya YouTube, kemudahan dalam mengakses dan menciptakan suatu karya cipta di YouTube tidak serta merta membuat YouTube aman dari berbagai tindakan yang dilakukan oleh oknum tidak

bertanggung jawab. Sebagai bagian dari dunia siber, maka tidak heran banyak terjadi pelanggaran khususnya hak cipta terhadap video yang beredar di YouTube. Aneka ragam pelanggaran hak cipta yang marak terjadi di dunia siber tidak hanya dipayungi oleh UUHC namun juga UU ITE. *Cyber Law* dengan bentuk pengaturan yang bersifat khusus (*sui generis*) atas kegiatan-kegiatan di dalam *cyber space* (Rosener, 1997), salah satunya mencakup hak cipta (Budhijanto, 2019), merupakan bukti hubungan erat antara hak cipta dengan TIK dewasa ini.

Tidak hanya berbicara mengenai pelanggaran terhadap suatu karya cipta yang digunakan tanpa izin, namun di YouTube sendiri kerap kali terjadi pelanggaran lainnya seperti pembajakan. Pembajakan adalah penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait secara tidak sah dan pendistribusian barang hasil penggandaan dimaksudkan secara luas untuk memperoleh keuntungan ekonomi⁹. Pelanggaran hak cipta yang dilakukan di media internet adalah suatu akibat dari adanya penemuan anyar terkait penyimpangan, pentransformasian sebuah data atau produk yang beredar di dunia internet, yang kemudian digunakan oleh oknum yang tidak berwenang secara komersial. Dalam media internet situs-situs ilegal sangat banyak dikunjungi oleh pengguna internet, dibanding dengan situs-situs legal. Salah satu penyebabnya, faktor ekonomi masyarakatlah yang mengakibatkan kecenderungan untuk memilih situs yang menawarkan unduh lagu secara gratis meskipun mereka tahu bahwa hal itu adalah pelanggaran hak cipta.

Terkait korelasi antara UU ITE dengan hak cipta dapat kita lihat dalam praktik yang masih eksis dalam dunia siber. Video-video yang beredar di YouTube nyatanya masih dapat diunduh secara gratis dan ilegal tanpa seizin pencipta dan pemegang hak cipta. Pencipta, pemegang hak cipta, bahkan *content creator* harus berurusan dengan oknum tidak bertanggung jawab, yakni sebuah situs yang memfasilitasi pengguna Youtube untuk secara bebas mengunduh video dari Youtube ke dalam bentuk video (mp4) atau diubah (*convert*) ke dalam bentuk audio (mp3). Salah satu contoh situsnya adalah 'OnlineVideoConverter.net'. Keberadaan situs pihak ketiga ini tentu berdampak pula pada konten musik dalam YouTube. Situs pihak ketiga tersebut mampu mengubah suatu konten yang awalnya bersifat berbayar (dalam hal ini pengguna YouTube membayar dalam bentuk sinyal internet dan diperoleh dari hasil *adsense*) menjadi gratis karena setelah pengunduhan terhadap video tersebut dilakukan,

⁹ Lihat Pasal 1 angka 23 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

maka pengunduh dapat menonton atau mendengar video tersebut kapan pun dan di mana pun tanpa sinyal internet.

Situs tersebut memberikan opsi bagi penggunanya untuk mengunduh video melalui YouTube atau mengunduh dan mengubah (*converting*) video dalam YouTube menjadi audio, di mana pengguna hanya menyalin *URL* YouTube tersebut ke dalam kolom yang tersedia dalam situs pihak ketiga tersebut. Hubungan tidak langsung antara pengunggah konten musik dengan situs pihak ketiga tersebut tentunya menimbulkan berbagai dampak yang merugikan bagi pengguna YouTube maupun pencipta, pemegang hak cipta, juga *content creator*, khususnya dalam memperoleh suatu nilai ekonomi dari video yang mereka unggah. Terlebih lagi, dengan adanya fitur ini, pengguna dapat mengunduh video tersebut tanpa repot izin kepada pencipta dan pemegang hak cipta. Bahkan, video yang diunduh dan/atau diubah (*converting*) tersebut dapat digunakan sebagai lanjutan dari konten yang akan mereka buat seperti membuat konten parodi, memuat suatu cuplikan-cuplikan dalam video yang dibuatnya, dan lain sebagainya.

Sedikit kilas balik pada tahun 2003 lalu, situs pihak ketiga ini memiliki sedikit kemiripan dengan Pirate Bay (Panji, 2014). Pirate Bay merupakan pihak yang memfasilitasi pihak lain (dalam hal ini pengunduh) untuk melakukan *file sharing* terhadap suatu konten bermuatan hak cipta. Namun sejatinya, Pirate Bay sendiri bukanlah pihak yang memuat konten-konten video bermuatan hak cipta, tetapi sebaliknya, Pirate Bay hanyalah suatu situs yang memiliki fitur dalam memfasilitasi penggunanya melakukan *file sharing* kepada pengguna lain, dimana *file* tersebut memuat hak cipta. Sama seperti Pirate Bay, situs pihak ketiga ini bukanlah suatu situs yang memiliki konten yang bermuatan hak cipta, namun situs ini memiliki fitur yang mampu memfasilitasi penggunanya dalam melakukan pelanggaran hak cipta yakni pengunduhan secara ilegal terhadap satu karya cipta di YouTube. Merujuk pada aturan hukum di Indonesia, perbuatan pengunduhan telah diatur dalam Pasal 113 UHC dan Pasal 25 UU ITE, namun kedua undang-undang tersebut belum menjawab persoalan bagaimana tanggung jawab pengelola situs pihak ketiga terhadap fitur yang dibuatnya, di mana fitur tersebut sungguh berkontribusi dalam hal pelanggaran terhadap hak cipta. Selanjutnya, bagaimana aturan hukum yang tepat untuk situs pihak ketiga atau pemilik situs terhadap YouTube dan *content creator* di YouTube berdasarkan hukum Indonesia?

Aturan mengenai pengunduhan konten YouTube baik dalam bentuk video atau di ubah (*converting*) ke dalam audio dalam suatu situs pihak ketiga secara gratis, belum difasilitasi

oleh Undang-Undang terkait. Belum ada aturan hukum terkait tanggung jawab daripada pengelola situs pihak ketiga. Pihak *YouTube* sendiri telah mengatur mengenai *Fair Use* dari pengunduhan video di *YouTube* yakni pada *Terms of Service* (youtube, 2021), bagian 5 mengenai *Your Use Content*, huruf b yaitu “*You shall not download any Content unless you see a “download” or similar link displayed by YouTube on the Service for that Content*”. Secara tegas, pihak *YouTube* telah melarang penggunaannya untuk melakukan pengunduhan video ataupun mengubahnya menjadi audio melalui situs pihak ketiga.

Tak dapat dipungkiri, permasalahan regulasi masih menjadi penghambat perkembangan dan pelaksanaan terhadap digital platform di Indonesia. Diperlukan suatu aturan yang secara spesifik mampu menjawab persoalan mengenai pelanggaran hak cipta melalui situs pihak ketiga pengunduhan secara ilegal. Dengan cara itu, akan menjadi jelas dalam situasi konkret tertentu siapa yang berhak (berkewajiban) atas apa terhadap siapa berkenaan dengan apa dan atas dasar apa (Budhijanto, 2019). Praktik dalam situs pihak ketiga ini sudah dapat kita lihat dengan jelas adanya keterlibatan sistem elektronik dan praktik transaksi elektronik dalam perbuatan ini. Sistem elektronik yang mencakup fungsi *input, process, output, storage, dan communication*, dibuktikan dengan adanya penginputan data yang dilakukan oleh pengunduh melalui penyalinan URL, proses berupa *converting* dan pengunduhan, dan *output* berupa karya cipta yang berhasil diunduh. Sedangkan, transaksi elektronik yang dilakukan dalam hal ini menggunakan jaringan komputer dalam menyiapkan, menyimpan, memproses karya cipta pada platform *YouTube* yang diunduh melalui situs pihak ketiga ini.

Penambahan pasal dalam UU ITE dirasa tepat untuk menjawab permasalahan ini, karena secara langsung permasalahan ini berkaitan dengan dunia siber yang menjadi ranah dan wewenang dari UU ITE itu sendiri. Apabila marak praktik pelanggaran tetapi tidak ada hukum yang mengatur dan bersifat memaksa, maka secara tidak langsung akan membunuh hak masyarakat di mana pelanggaran tersebut beredar. Penambahan pasal pada UU ITE akan mengatur mengenai perbuatan situs pihak ketiga ini, agar pelaku (dalam hal ini pengelola dan pendiri, bahkan pengguna) dapat dijerat hukuman yang seharusnya dikenakan terhadapnya.

Adapun penambahan pasal akan dilakukan pada BAB VI, yakni penambahan Pasal 25 A. sebelumnya, Pasal 25 berbunyi : *Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.*

Penambahan pasal 25 A ini akan lebih lugas mengatur mengenai situs pihak ketiga. Kelak, bunyi dari pasal ini adalah sebagai berikut :

- (1) Setiap orang dan/atau badan hukum dengan sengaja dan tanpa hak memiliki dan/atau mengelola suatu situs yang memfasilitasi seseorang untuk mengubah dan/atau mengunduh suatu karya cipta dalam bentuk lain pada suatu platform digital dengan tujuan untuk melanggar hak cipta dan digunakan untuk kepentingan komersial.
- (2) Setiap orang dengan sengaja menggunakan suatu situs untuk mengubah dan/atau mengunduh suatu karya cipta dalam bentuk lain pada suatu platform digital dengan tujuan untuk melanggar dan cipta dan digunakan untuk kepentingan komersial.

Pelaku pelanggaran hak cipta yang dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum adalah perorangan/badan hukum yang secara langsung melakukan pelanggaran hak cipta (*direct infringement*). Pada pasal tersebut baik pihak pemilik dan/atau pengelola juga pengguna situs pihak ketiga akan dikenakan sanksi terhadap perbuatannya, dengan tujuan agar baik seluruh pihak yang memanfaatkan fasilitas situs pihak ketiga tersebut memiliki efek jera dan pada intinya untuk lebih menghargai karya cipta serta hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta, pemegang hak cipta, dan *content creator*, khususnya pada platform YouTube.

Pasal 54,55,56 UUHC telah mengatur mengenai pemblokiran terhadap situs yang melanggar hak cipta. Namun sayangnya sanksi pemblokiran tidaklah ampuh terhadap pihak pemilik/pengelola situs ilegal untuk melakukan pelanggaran hak cipta, khususnya situs pihak ketiga. Pelaku nyatanya selangkah lebih dulu dibandingkan aksi yang dilakukan oleh pemerintah. Pencipta dan pemegang hak cipta masih merasa hak ekonominya dilanggar karena masih merajalelanya situs pihak ketiga ini beredar dan pengguna situs ini pun juga tidak berpaling dari tindakan yang telah dilakukan sebelumnya.

Perumusan tindak pidana di bidang TIK dalam RUU perubahan ini dilakukan dengan memperhatikan asas *lex certa* (perumusan tindak pidana harus terang dan jelas) dan asas *lex stricta* (perumusan tindak pidana harus ketat dan terbatas jangkauannya) sebagai implementasi dari asas legalitas, sehingga perumusan tindak pidana dalam penambahan pasal UU ITE baiknya adalah pidana penjara dan denda.

Penambahan ini dapat dilakukan pada Bab XI tentang Ketentuan Pidana, dengan rumusan: “bahwa setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud Pasal 25A ayat (1) atau ayat (2), dipidana dengan pidana penjara paling lama “sekian” tahun dan/atau denda paling “sekian” rupiah”. Ungkapan “sekian” sebagaimana yang penulis sebut dengan maksud sesuai dengan keadilan dan kepatutan yang akan dirumuskan dan disesuaikan oleh regulator nantinya. Sehingga, oknum tidak bertanggung jawab yang berniat melanggar hak cipta demi kepentingan pribadi hingga mencederai hak eksklusif dari pencipta, pemegang hak cipta, dan *content creator* yang videonya beredar di YouTube, akan berpikir dua kali dalam bertindak karena ke depannya harus berurusan dengan meja hijau.

Keefektifan hukum adalah situasi di mana hukum yang berlaku dapat dilaksanakan, ditaati dan berdaya guna sebagai alat kontrol sosial atau sesuai tujuan dibuatnya hukum tersebut (soekanto, 1993). Budaya hukum (*legal culture*) merupakan suatu hambatan dari upaya konvergensi tatanan hukum. Budaya hukum dideskripsikan sebagai sebuah penghalang dari situasi yang lebih efisien, sebagaimana yang didorong untuk terjadi oleh para ahli ekonomi (legrand, 1196). Budaya masyarakat Indonesia yang lebih menyukai sesuatu yang gratis seharusnya tidak menjadi penghalang untuk tetap memberikan hukuman yang tepat bagi pelaku pelanggaran hak cipta.

KESIMPULAN

UUHC sampai saat ini belum mampu menjawab persoalan di bidang hak cipta yang kian berkembang. Hal ini dibuktikan karena masih kerap terjadi perselisihan antara pencipta dan pemegang hak cipta dengan *content creator*. Padahal baik pencipta, pemegang hak cipta, dan *content creator* memiliki peran penting dalam mewujudkan kemajuan ekonomi negara, khususnya di bidang digital kreatif. Oleh karena itu, hukum seyogianya tidak hanya melindungi pencipta dan pemegang hak cipta namun secara bersamaan melindungi *content creator* sebagai wujud dari digital kreatif. Kemudian, munculnya situs pihak ketiga pengunduhan lagu ilegal yang memfasilitasi penggunaannya untuk mengunduh lagu/musik dan bahkan mengubah (*converting*) karya lagu/musik yang beredar di YouTube ke dalam bentuk lain telah mencederai hak ekonomi pencipta, pemegang hak cipta, dan *content creator*. Namun, UU ITE belum mengakomodasi permasalahan pelanggaran hak cipta ini yang kenyataannya masih marak terjadi di dunia maya.

Memaksimalkan fungsi LMK dalam menghimpun royalti anggotanya adalah dengan memperluas kewenangan penghimpunan royalti LMK hingga mencakup digital platform. Mekanisme yang direkomendasikan yakni perjanjian bagi hasil antara LMK dengan YouTube. Perjanjian ini akan memuat klausul persentase bagi hasil yang akan diperoleh LMK (sebagai kuasa dari pencipta, pemegang hak cipta, dan pemilik hak terkait) dan *content creator* berdasarkan besaran jumlah dana yang akan diperoleh dari sistem monetisasi. Mekanisme ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan hak eksklusif daripada pencipta, pemegang hak cipta dengan *content creator*. Selain itu, melakukan penambahan pasal pada UU ITE yang mengatur mengenai situs pihak ketiga pengunduhan lagu/musik ilegal dalam platform YouTube. Penambahan pasal akan dimuat pada Pasal 25A, yakni mengatur secara rinci unsur-unsur daripada situs pihak ketiga dan sanksi pidana penjara dan denda kepada pelaku (pendiri dan/atau pengelola atau pengguna situs). Sanksi ini dirasa perlu karena melihat aturan pemblokiran pada UUHC tidak cukup efektif untuk memberikan efek jera kepada oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang tetap melakukan pelanggaran hak cipta.

REFERENCES

- Ahmad M. Ramli. (2018) Hak Cipta, Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif. Cetakan ke-2. Bandung: Alumni.
- David Perrel. (2016) "Models of Internet Monetization". *Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*, Vol.7 No.1.
- Danrivanto Budhijanto. (2019). *Cyberlaw dan Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Logoz.
- Eddy Damian. (2005). *Hukum Hak Cipta*, edisi kedua-cetakan ketiga. Bandung: Alumni.
- Jonathan Rosener. (1997) *Cyberlaw-The Law of the Internet*. New York : Springer-Verlag, dikutip dari buku Danrivanto Budhijato. (2010) *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran & Teknologi Informasi*, Bandung: Refika Adhitama
- Miranda Kalmari. (2015) *YouTubers and the Crisis of YouTube's Copyright Policy*, Skripsi Jank University of Applied Sciences.
- Otje Salman dan Eddy Damian dalam Mochtar Kusumaatmadja. (2002). *Konsep-Konsep dalam Hukum Pembangunan*. Editor Otje Salman dan Eddy Damian. Bandung: Alumni.
- Rochmat Aldy Purnom. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.

Soerjono Soekanto. (1993). *Sosiologi suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat.

Von Lewinski dan Slike. (2017) *Remuneration for the Use of Works: Exclusivity vs. Other Approache*. Jerman: De Gruyter.

Piere Legrand. (1996). "European Legal System Are Not Converging", *Int'l &Comp*, 52.

Tasya Safiranita Ramli. (2019). *Regulasi Bagi Konten Kreator*, *Pikiran Rakyat*, 21 November 2019.