

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi memberi dampak terhadap semua aspek kehidupan manusia, termasuk dengan cara manusia berkomunikasi, dengan keuntungan memperoleh informasi. Tak hanya itu dalam perkembangan dalam bidang ilmu, pengetahuan, teknologi komputer dan telekomunikasi yang mengantarkan manusia untuk memasuki “era digital”. Era digital adalah suatu masa yang mengalami perkembangan di segala aspek kehidupan menjadi serba digital, yang kemudian menciptakan infrastruktur informasi baru yang dikenal dengan istilah internet.¹

Internet merupakan singkatan dari *interconnected network* karena fungsinya yang menghubungkan jaringan-jaringan komputer yang ada di dunia. Berbekal dengan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, yaitu berupa jaringan yang dapat menjangkau ke seluruh pelosok dunia. Internet juga berhasil merambah semua sektor kehidupan manusia mulai dari pendidikan, perdagangan, kesehatan, periklanan, sampai pada sektor hiburan.

Internet dapat digunakan oleh setiap orang untuk mengakses berbagai macam fitur digital yang tersedia, seperti situs-situs internet yang dapat digunakan oleh pengguna agar dapat saling berkomunikasi. situs internet juga dapat digunakan oleh pengguna sebagai sarana untuk mengunggah atau

¹ Nurul Rifdah Anwar, “Pelindungan Terhadap Konten yang Diunggah Tanpa Izin dari Pemegang Hak Cipta di Situs Berbasis *User Generated Content*”. *Skripsi Repository Universitas Hasanuddin*. 2021. Hlm 1

menghasilkan suatu hasil karya cipta secara digital, yang saat ini dikenal dengan istilah konten.² Contoh media sosial yang paling populer digunakan seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Tiktok*, dan masih banyak lagi.

Dalam hal kegiatan pemasaran, masing-masing dari aplikasi tersebut memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi maupun promosi, karena media sosial tersebut para penggunanya dapat membagikan konten, dan untuk bisa menggunakannya mereka harus mendaftarkan akun terlebih dahulu. melalui aplikasi media sosial ini cara menggunakannya juga lebih cepat, mudah dan lebih murah.

Berbeda sekali dengan jika kita melakukan kegiatan pemasaran seperti promosi melalui iklan-iklan baik melalui media cetak ataupun elektronik. Namun melalui media sosial anggaran tersebut bisa dipangkas menjadi sangat kecil. Tak hanya itu, melalui aplikasi media sosial ini, komunikasi antara pemasar dengan konsumen maupun calon konsumen dapat menjadi lebih dekat, sehingga mempermudah pemasar melakukan interaksi dan analisis terhadap konsumen maupun calon konsumennya.³

Munculnya berbagai platform media sosial ini menjadi fenomena yang dapat membawa manusia seakan berjalan lebih cepat dalam melakukan hal yang berkaitan dengan informasi. Pada perkembangan teknologi secara manual sekarang ini kita dapat berkomunikasi terhadap orang-orang sekitar, sampai pada akhirnya muncul suatu media yang digunakan oleh masyarakat berbagai kalangan dan ini disebut dengan media sosial, Semua orang bebas untuk berekspresi dan di saat itulah nanti orang bisa membagikan apa yang sudah di kreasikannya ke dalam akunnya, itu bisa berupa foto, video, maupun tulisan. Konten tersebut merupakan salah satu hasil karya yang harus dilindungi. Secara umum tujuan pengguna media sosial membagikan konten untuk berekspresi dan menghibur,

² *Ibid*

³ Lady Diana Warpindyastuti. "Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi". *Jurnal Widya Cipta*. Vol.2 No.1. 2018, Hlm. 91

sehingga tidak jarang terdapat beberapa konten kreator dengan beragam karya yang dihasilkan. Namun, saat ini konten-konten tersebut dimanfaatkan oleh orang lain untuk mengambil keuntungan tanpa seizin pembuat konten.

Media sosial yang sangat banyak digandrungi oleh berbagai kalangan sekarang ini yaitu Instagram. Melalui media sosial Instagram ini, para pengguna atau usernya dengan mudah dapat mengakses informasi tentang berbagai hal mulai dari tentang politik, ekonomi, atau hal-hal apapun yang sedang viral dan hal lainnya, bahkan para pengguna Instagram dapat juga memposting informasi mengenai kegiatan yang mereka lakukan sehari-hari dengan bentuk foto maupun video ke para pengguna yang lain. Bahkan dengan beberapa orang yang mempunyai jumlah *followers* atau pengikut yang banyak di Instagram, hal tersebut bisa digunakan sebagai salah satu sumber penghasilan, seperti berjualan barang maupun produk tertentu dan bisa juga dengan cara membuka jasa *endorsement*.⁴

Tetapi akhir-akhir ini banyak pengguna Instagram yang melakukan posting ulang (*repost*) karya atau konten milik orang lain, yang berupa foto maupun video yang didapat lewat dari media sosial lainnya. Misalnya, terdapat beberapa akun atau pengguna Instagram yang merepost foto milik orang lain yang dicomot dari *tiktok*, *youtobe*, *facebook* dan media sosial lainnya. yang biasanya akun atau pengguna media sosial yang merepost konten milik orang lain tersebut tidak mencantumkan sumber dari konten yang direpost dan apabila mencantumkan sumber konten biasanya pembuat konten akan mendapat keuntungan mulai dari popularitas maupun followers akibat dari kontennya di repost oleh akun tersebut.⁵

Dan yang menjadi permasalahan apabila akun-akun yang merepost tersebut tidak mencantumkan sumber dari konten sehingga yang mendapat keuntungan hanya orang

⁴ I Made Candra, Ida Ayu Sukihana. "Pengaturan Repost Foto Dan Video Di Media Sosial Menurut Undang-Undang Hak Cipta" *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.10 No.5 2022. Hlm. 1028

⁵ *Ibid*

yang merepost karena pengikutnya atau followersnya tanpa perlu membuka akun pemilik atas konten foto maupun video tersebut, akan tetapi bisa melihatnya melalui akun atau pengguna instagram yang merepost konten foto maupun video tersebut. Hal tersebut merupakan perbuatan yang kurang adil dikarenakan hanya akun yang merepost konten yang mendapat keuntungan, dengan merepost konten orang lain akun yang merepost tersebut tanpa perlu bersusah payah membuat konten, tetapi dengan hanya perlu menyomot atau merepost konten milik orang lain.

Kekayaan intelektual adalah suatu bentuk kreatifitas yang dihasilkan berkat suatu pikiran manusia untuk memenuhi kesejahteraan dan kebutuhan hidup dari manusia. Lalu meng *repost* foto dan video dapat menyebabkan kerugian moral dan ekonomis bagi pemilik foto dan video tersebut, sebagaimana telah terdapat dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, apalagi akun-akun yang menjalankan repost tidak mencantumkan sumber atau credit dari foto atau video yang di repostnya tersebut.⁶

Repost adalah ketika kita memasukkan konten orang lain ke dalam akun kita sendiri. Hal ini tentunya menjadi kemenangan bagi masyarakat karena banyak manfaat yang bisa didapatkan dari banyaknya keterlibatan.

Beberapa manfaat dari Repost Instagram sebagai berikut:

- a. Mengembangkan komunitas atau penggemar bisnis
- b. Menginspirasi bisnis untuk membuat konten yang lebih kreatif
- c. Meningkatkan kepercayaan follower dan target audiens
- d. Menghemat waktu karena hanya memiliki konten yang siap di repost

Adapun cara merumuskan konsep konten dengan cara 3(tiga) tahap yaitu:⁷

⁶ *Ibid* Hlm. 1029

⁷ Dimas Gityandraputra. "Cara merumuskan konsep konten untuk content marketing".
<https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/cara-merumuskan-konsep-konten-untuk-content-marketing>.
Diakses pada 20 Oktober 2022

1. Menentukan tema besar (*content themes*), yakni dengan marketers perlu mencari tahu apa tema besar untuk seluruh konten yang akan dibuat agar konten memiliki fokus bahasan dan tidak lari dari pakem yang sudah dibentuk.
2. Menentukan pilar konten (*content pilar*), yakni penentuan kategori konten utama yang diurai dari tema besar yang telah ditentukan. Hal ini akan mempermudah marketers memastikan konten yang mereka sajikan konsisten mendukung tema besar tadi.
3. Menentukan gaya penyampaian konten (*tone of voice*), yakni dengan menentukan bagaimana konten akan disampaikan secara konsisten.

Dalam perkembangan dengan bertransaksi dan proses jual beli semakin berubah dari yang tradisional (tatap muka) menuju kearah yang lebih modern (virtual). Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi pada masa ini sejalan dengan meningkatnya pengguna internet, baik pengguna sosial media maupun yang lainnya. Semakin pesat perkembangan teknologi mempengaruhi perkembangan di bidang promosi produk. Segala bentuk periklanan pun mulai berganti konsep dari media konvensional seperti surat kabar, majalah, katalog mulai beralih ke iklan online melalui media sosial, situs e-commerce dan lain-lain.⁸ Hal ini dimungkinkan terjadi karena teknologi informasi yang terkoneksi dengan jaringan internet global yang memberikan kemudahan dalam pemasaran produk dan jasa. Foto katalog merupakan hal yang sangat penting dan utama sebelum pemilik memasarkan produknya melalui media online karena hal tersebut yang menjadikan identitas online shop tersebut untuk dikenal produknya.

Dalam Undang-Undang ini Hak cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor.12 Tahun 1997 dan disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor. 28 Tahun 2014 dalam

⁸ Ni Komang Dewita, I Wayan Novy. "Perlindungan Hak Cipta Karya Fotografi Produk Online Shop atas penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial". *Jurnal Kertha Wicara*. Vol.10 No.9 2021. Hlm. 738

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 yang menjelaskan bahwa Hak Cipta merupakan hak eksklusif dari pencipta yang secara otomatis tercipta dengan nyata tidak adanya pembatasan dalam ketentuan perundang-undangan. Dimana hak eksklusif ini hak bagi pencipta agar tidak adanya pihak lain yang memakai tanpa seizin penciptanya.

Berdasarkan Hak eksklusif yang telah diberikan kepada pencipta secara otomatis tanpa adanya pendaftaran maupun pencatatan secara khusus, dimana pencipta sudah mendapat perlindungan hukum yang berdasarkan pada prinsip deklaratif.⁹ Dalam kepentingan hukum yang harus dilindungi pada pengaturan hak kekayaan intelektual berguna untuk melindungi reputasi, mendorong dan menghargai setiap ciptaannya melalui sistem insentif dan juga mencegah duplikasi.

Hak Cipta tetap harus dilindungi meskipun tidak dilakukan pencatatan karena hak cipta ini telah lahir secara otomatis pada saat suatu ciptaan yang diwujudkan dalam bentuk nyata. Dalam Pasal 64 ayat 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menjelaskan terkait pencatatan ciptaan dan produk hak terkait bukan merupakan suatu keharusan bagi pencipta, perlindungan suatu ciptaan dimulai sejak ciptaan itu ada atau terwujud dan bukan karena pencatatan. Hal ini berarti suatu ciptaan baik yang tercatat maupun tidak tercatat tetap terlindungi.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 memuat tentang lisensi wajib (*compulsory license*), yaitu lisensi yang mewajibkan kepada pencipta untuk memberikan izin melaksanakan penerjemahan dan/atau penggandaan ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan dan sastra yang diberikan berdasarkan keputusan menteri atas dasar

⁹Ni Ketut Supasti Dharmawan., 2018, *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*, Swasta Nulus, Bali, hlm.25, Sebagaimana Dikutip Oleh LuhGede Nadya Savitri, I GustiNgurah Darma Laksan. "Perlindungan hukum terhadap potret orang lain yang digunakan promosi tanpa ijin di jejaring sosial". *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.8 No.3. 2020, hlm. 371.

permohonan untuk kepentingan pendidikan dan/atau ilmu pengetahuan serta kegiatan penelitian dan pengembangan.

Adapun Hasil Karya yang Tidak Dilindungi dari Hak cipta termasuk dalam Pasal 41 Undang-undang Nomor 28 tahun 2014 yakni sebagai berikut:

- a) Hasil karya yang belum diwujudkan dalam bentuk nyata.
- b) Setiap ide prosedur, sistem, metode, konsep, prinsip, atau data walaupun telah diungkapkan, dinyatakan, digambarkan, dijelaskan, atau digabungkan dalam sebuah ciptaan, dan
- c) Alat benda, atau produk yang diciptakan hanya untuk menyelesaikan masalah teknis atau yang bentuknya hanya ditujukan untuk kebutuhan fungsional. (yang dimaksud dengan kebutuhan fungsional yakni kebutuhan manusia terhadap suatu alat, benda, atau produk tertentu yang berdasarkan bentuknya memiliki kegunaan dan fungsi tertentu).

Sedangkan dalam Pasal 42 yakni tidak ada hak cipta atas hasil karya berupa:

- a) Hasil rapat terbuka lembaga negara;
- b) Peraturan perundang-undangan
- c) Pidato kenegaraan atau pidato pejabat pemerintah
- d) Putusan pengadilan atau penetapan hakim; dan
- e) Kitab suci atau simbol keagamaan.¹⁰

Adapun dalam Pasal 25 ayat (3) “Setiap Orang dilarang melakukan penyebaran tanpa izin dengan tujuan komersial atas konten karya siaran Lembaga Penyiaran.” Larangan penyebaran konten yang dimaksud adalah konten Lembaga penyiaran bukan konten milik pribadi yang mana Lembaga tersebut adalah penyelenggara penyiaran, dimana orang dilarang untuk menyebarkan atau menggunakan tanpa izin untuk tujuan komersial akan tetapi tidak disebut dengan jelas.

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat dalam hal ekonomi digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, oleh sebab itu para

¹⁰Informasi Hak cipta, “Hasil karya yang dilindungi dan tidak dilindungi”. <https://www.ipindo.com/hasil-karya-yang-tidak-dilindungi-hak-cipta>, Diakses Pada 20 Juli 2022

pengusaha terlebih para pengusaha ekonomi kreatif harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan ekonomi digital.¹¹ Banyak pihak-pihak dengan mudah mengambil foto produk yang telah diciptakan dan diunggah oleh seseorang kemudian diposting kembali oleh pihak lain untuk kepentingan promosi usahanya.

Media sosial harusnya memberikan perlindungan kepada pengguna, tetapi saat ini belum ada perlindungan hukum terhadap konten dari pengguna media sosial. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti perlindungan hukum terhadap konten dari media sosial dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Konten Media Sosial Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan tentang perlindungan hukum terhadap pemilik konten atas kontennya yang digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin?
2. Apa sanksi hukum bagi orang yang menggunakan konten orang lain untuk kepentingan komersial tanpa izin?

C. Tujuan Penulisan

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan tentang perlindungan hukum terhadap pemilik konten atas kontennya diunggah atau upload tanpa izin untuk kepentingan komersial
2. Untuk menelaah dan menganalisis bagaimana sanksi hukum bagi orang yang menggunakan konten untuk kepentingan komersial di media sosial

¹¹Muhammad Rijalus Sholihin, "Keunggulan sosial media dalam perkembangan Ekonomi kreatif era digital di indonesia". *Jurnal STIE Widya Gama Lumajang* . 2018. Hlm. 150.

D. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian bermanfaat sebagai titik tolak dalam penelitian lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap konten di jejaring atau media sosial

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan bagi perlindungan hukum terhadap konten di media sosial
- b. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan bagi orang yang menggunggah konten orang lain untuk kepentingan promosi media sosial

E. Kerangka Konseptual

Guna memahami dan mengetahui maksud judul skripsi ini dan untuk mempermudah dalam membahas permasalahannya serta untuk menghindari penafsiran yang berbeda, maka penulis perlu menjelaskan beberapa konsepsi yang berkaitan dengan judul skripsi ini, batasan pengertian antara lain:

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum merupakan bentuk dari perlindungan utama karena berdasarkan pemikiran bahwa hukum sebagai sarana yang dapat mengakomodasi kepentingan hak konsumen secara baik (kompherensif), karena hukum memiliki kekuatan memaksa yang diakui secara resmi didalam negara sehingga dapat dilaksanakan secara permanen.

Menurut Satjipto Rahardjo, Perlindungan Hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu hak asasi manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.¹²

¹² Satjipto Rahardjo, “Sisi-sisi lain dari Hukum di Indonesia”, Jakarta, Kompas, 2003. Hlm. 121

Sedangkan menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenangnya oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.¹³

2. Konten

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Konten adalah informasi yang tersedia melalui media dan produk elektronik. Sedangkan Pemilik Konten adalah orang atau organisasi yang mengklaim video dan menetapkan kebijakan monetisasinya. Pemilik konten memiliki satu atau beberapa channel yang dikaitkan dengannya, dan satu atau pengguna youtube ditetapkan sebagai administrator.

Menurut Charlene Burke, konten adalah sesuatu yang mengisi sebuah ruang. Ruangan itu bisa berarti apa saja. Mulai dari platform online, hati, pikiran, dan lainnya.

Sedangkan menurut Business Dictionary, Konten memiliki arti:

- a) Teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apapun. Konten adalah informasi dan komunikasi, jumlah total dari kesegaran, keterbacaan, relevansi dan kegunaan informasi yang disajikan dan cara penyajiannya
- b) Esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju
- c) Lem yang membuat situs web lengket sehingga pengunjung mau kembali lagi dan membuat mereka betah.¹⁴

Adapun yang disebut dengan Pemilik Konten adalah orang atau organisasi yang mengklaim video dan menetapkan kebijakan monetisasinya. Dan Pemilik konten ini memiliki satu atau beberapa channel yang dikaitkan dengannya, dan satu atau beberapa pengguna Youtube yang ditetapkan sebagai administrator.

3. Media Sosial

¹³ *Ibid*

¹⁴ Satjipto Raharjo, *Perlindungan Hukum*, Pt. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hal. 53.

Media sosial adalah medium di Internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang serta penggunaan internet yang begitu masif seperti sekarang, telah menciptakan banyak kosa kata baru dalam bahasa Indonesia, salah satunya adalah media sosial. Istilah media sosial ini berasal dari bahasa Inggris, yaitu social media yang didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi elektronik yang memungkinkan penggunaanya menciptakan sebuah komunitas daring untuk berbagi informasi, pesan pribadi, ide, atau beragam konten lainnya (seperti video atau mikroblog).¹⁵

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller merupakan sarana konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan atau sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendorong kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk atau jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan dengan tujuan untuk membangun hubungan dengan baik.¹⁶

4. Hak Cipta

Yang dimaksud dengan Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang menimbulkan secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.

¹⁵ Kompas.com buku. Sosial media atau media sosial? mana yang benar <https://buku.kompas.com/read/1425/sosial-media-atau-media-sosial-mana-yang-benar>. Diakses pada 20 Oktober 2022

¹⁶ Viny putri fauzi, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru". *Jurnal Jom fisip*. Vol 3 No.1. 2016 Hlm. 2

Yang memiliki hak cipta itu dengan memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya untuk menggunakan karya dengan beberapa pengecualian. Yang mana saat seseorang menciptakan sebuah karya asli, yang juga terpasang pada medium yang nyata, dan itu dia secara otomatis memiliki hak cipta atas karya tersebut.

Hak cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997 dan disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 yang selanjutnya disingkat Undang-Undang Hak Cipta, menjelaskan bahwa Hak Cipta merupakan hak eksklusif dari pencipta yang secara otomatis tercipta dengan nyata tidak adanya pembatasan dalam ketentuan perundang-undangan.

Dimana hak eksklusif ini hak bagi pencipta agar tidak adanya pihak lain yang memakai tanpa seizin penciptanya. Perlindungan otomatis ini berasaskan pada Konvensi Bern (*Automatic Protection*). konsepsi ini menyatakan bahwa Hak Cipta bisa dicatatkan boleh juga tidak, tercantum dalam Pasal 64 ayat (2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 yang menyatakan bahwa pendataan hak cipta bersifat “Fakultatif” atau tidaklah mutlak.¹⁷

F. Landasan Teori

Teori yang digunakan sebagai alat Analisa dalam skripsi ini adalah Teori Perlindungan Hukum dan Kepastian Hukum.

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Sajojo Raharjo adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak yang diberikan oleh hukum.¹⁸

¹⁷ Ni Ketut Supasti Dharmawan, Op.Cit Hlm 25

¹⁸Sajojo Raharjo. Op.Cit. Hlm. 53.

Menurut Muchsin, perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:¹⁹

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat di dalam peraturan perundang undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti berupa denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Dalam landasan teori ini peneliti menggunakan teori perlindungan hukum Represif, yang mana peneliti ingin melihat perlindungan yang berupa sanksi apabila telah terjadi suatu pelanggaran

2. Teori Kepastian Hukum

Kepastian hukum merupakan perihal atau suatu keadaan yang pasti. Hukum secara hakiki harus pasti dan adil. Kepastian hukum adalah Ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam artian tidak menimbulkan keragu-raguan dan logis.

Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum adalah jaminan bahwa hukum dijalankan, bahwa yang berhak menurut hukum dapat memperoleh haknya dan bahwa putusan dapat dilaksanakan.²⁰

¹⁹Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat*, Pt Bina Ilmu, Surabaya, 1987, Hlm.30

²⁰Sudikno Mertokusumo, 2007, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, hal. 160.

Kepastian hukum merupakan pelaksanaan hukum sesuai dengan bunyinya, sehingga masyarakat dapat memastikan bahwa hukum dilaksanakan. Penciptaan kepastian hukum dalam peraturan perundang-undangan, memerlukan persyaratan yang berkenaan dengan struktur internal dari norma hukum itu sendiri.²¹

Nilai kepastian hukum pada prinsipnya adalah nilai yang memberikan perlindungan hukum bagi seluruh warga negara dari kekuasaan yang bertindak sewenang-wenang, sehingga hukum memberikan tanggung jawab kepada negara untuk dapat memberikan jaminan perlindungan bagi setiap warga negaranya. Nilai ini erat kaitannya dengan instrumen hukum positif dan peranan negara untuk mengaktualisasikannya dalam hukum positif. Kepastian hukum berkedudukan sebagai nilai yang harus ada dalam setiap hukum yang dibuat dan ditegakkan, sehingga hukum tersebut dapat memberikan rasa keadilan, dan mewujudkan ketertiban dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.²²

Bila dihubungkan dengan masalah tersebut Perlindungan hukum diperlukan guna menjamin adanya kepastian hukum. Adanya aturan tentang perlindungan konten media sosial dapat mencegah terjadinya berbagai pelanggaran yang dapat merugikan pemilik konten, sehingga perlu dimuatnya secara eksplisit bahwa konten media sosial dalam bentuk apapun merupakan sebuah ciptaan yang harus dilindungi. Salah satu prinsip tersebut adalah prinsip perlindungan hukum represif.

G. Metode Penelitian

1. Tipe penelitian

Tipe penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian yuridis normatif. Disebut sebagai penelitian hukum yuridis normatif, karena bermaksud menemukan aturan

²¹Fernando M Manulang, 2007, *Hukum Dalam Kepastian*, Prakarsa, Bandung, hal. 95.

²²Nyoman Gede Remaja, "Makna Hukum dan Kepastian Hukum", *Kertha Widya Jurnal Hukum*, Volume 2 Nomor 1, 2014, hal 2-3, diakses melalui <https://ejournal.unipas.ac.id/index.php/KW/article/view/426/351>, tanggal 13 Juli 2022.

hukum, prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum untuk menjawab isu hukum yang dihadapi dan mengkaji aturan dalam hukum bisnis yang terkait dengan pemegang hak cipta yang kontennya di upload tanpa izin di media sosial sebagai kepentingan komersial. Hal ini diterapkan berdasarkan objek penelitian yaitu perlindungan hukum terhadap konten media jejaring sosial.

2. Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan mengkaji undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang dibahas.²³ Secara sederhana, pendekatan ini digunakan untuk menelaah instrument-instrumen hukum terkait isu yang dibahas dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman terhadap kandungan filosofi dari instrument hukum.

b. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin yang berhubungan dengan hukum hak cipta. Dengan menelaah pandangan serta doktrin yang berkembang, akan didapat konsep yang melahirkan pengertian-pengertian hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.²⁴

3. Pengumpulan Bahan Hukum

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini dengan cara meneliti bahan-bahan hukum yang meliputi:

a. Bahan Hukum Primer

²³Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. Cetakan ke-12. Prenamedia Group. Jakarta. 2016. Hlm. 133

²⁴*Ibid.* Hlm. 135

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas.²⁵ Yang terdiri dari Perundang-Undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan Perundang-Undangan dan putusan-putusan hakim. Terdapat dalam Peraturan Perundang-Undangan Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder, yaitu bahan untuk memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti karya ilmiah, artikel, hasil-hasil seminar, buku-buku yang berhubungan dengan dengan penelitian ini.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan yang memberikan informasi ataupun penjabaran terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Yang termasuk bahan tersier seperti misalnya kamus hukum dan internet.

4. Analisis Bahan Hukum

Analisa bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara, mengumpulkan dan menginventarisasi berbagai ketentuan Hukum bisnis yang berkaitan dengan permasalahan tersebut, menganalisa bahan-bahan hukum, dan melakukan Analisa dengan melihat teori dan konsep yang diperoleh dari bahan hukum.

H. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh gambaran secara jelas seluruh isi dan pembahasan skripsi ini, penulis secara sistematis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang yang berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, landasan teori, metode penelitian serta sistematika penelitian.

²⁵*Ibid.* Hlm. 181

BAB II TINJAUAN PUSTAKA: Dalam bab ini diuraikan tentang tinjauan umum mengenai HAKI, Konten Media Sosial, dan Pemegang Hak Cipta

BAB III PEMBAHASAN: Dalam bab ini akan membahas tentang Perlindungan Hukum bagi pemegang hak cipta atas kontennya yang digunakan sebagai promosi iklan tanpa izin serta bagaimana sanksi hukum nya yang perlu dirumuskan terkait hal tersebut.

BAB IV PENUTUP: Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran yang isinya berlandaskan paparan yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya.