

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan diatas, dapat lah penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Pengaturan menggunggah ulang (*repost*) foto, video maupun tulisan diatur dan dilindungi oleh Pasal 40 dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta. 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. Sedangkan dalam Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang Hak Cipta Tahun 2014 memuat aturan tentang larangan menggunakan, menggandakan dan mengumumkan karya cipta milik orang lain tanpa izin dengan maksud untuk melakukan kegiatan komersial. Pasal ini secara jelas memberikan pencegahan agar tiap orang bersikap hati-hati dalam menggunakan suatu karya orang lain.
2. Berkaitan dengan sanksi yang dapat diberlakukan dalam hal terjadi sengketa berupa *repost* foto maupun video di media sosial dapat dikenakan hukuman berupa pidana seperti didalam Pasal 113 Undang-Undang Hak Cipta. Selain sanksi pidana, dalam hal terjadi sengketa berupa *repost* foto maupun video di media sosial dapat juga terjerat sanksi perdata berupa gugatan ganti kerugian, seperti yang terdapat pada Pasal 99 ayat (1) Undang-Undang Hak Cipta.

B. Saran

Berpegang kepada permasalahan yang ada dikaitkan dengan kesimpulan yang telah ke kemukakan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi para pengunggah ulang yang secara sadar mengunggah konten orang lain di ranah publik baik untuk komersial atau pun *non komersial* sebaiknya meminta izin kepada pemilik konten asli tersebut dan memasukan sumber dari video tersebut, supaya dapat menjaga hak-hak orang yang berkarya
2. Selain itu sanksi bagi pelanggarnya harus ditegaskan, pihak media sosial harus bisa memberikan peringatan dan lebih memperketat dalam pengawasan terutama pihak-pihak yang menggunakan media sosial sebagai lahan komersial.