

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi sebagai dampak dari perkembangan teknologi membawa dampak yang sangat hebat pada pola pergaulan manusia. Sebagaimana disebutkan oleh Munsharif Abdul Chalim, kecenderungan era globalisasi pada sektor ilmu pengetahuan dan teknologi serta ekonomi tidak dapat dihindarkan, dan hal ini telah mempengaruhi kehidupan manusia.¹ Internet sebagai salah satu produk berkembangnya teknologi di bidang komunikasi dan informatika menawarkan pemahaman atau cara kerja yang baru dalam hampir semua aspek kegiatan manusia yang bisa kita rasakan dengan munculnya banyak hal berbasis digital dan *online* menjamur seperti *e-Commerce*, *e-Banking*, *e-Learning*, dan sebagainya. Tetapi internet tidak hanya memberikan kemudahan, kecepatan, kemurahan, kemampuan menyimpan data dalam jumlah yang sangat besar, tetapi juga dampak negatif berupa kemudahan untuk melakukan tindakan ilegal seperti menggandakan produk-produk kreatif sekaligus mendistribusikan dan menyebarkannya.² Produk-produk kreatif yang dimaksud di sini termasuk di dalamnya adalah produk yang dilindungi oleh Hak Cipta.

¹ Munsharif Abdul Chalim, "Pengaruh Perkembangan iptek Terhadap Permasalahan HaKI", *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 11, 2011, Februari, Semarang, Universitas Islam Sultan Agung, hlm. 49 kolom kanan bagian atas.

² Rr. Aline Gratika Nugrahani, "Pelanggaran Hak Cipta Sebagai Dampak Perkembangan Teknologi", *Jurnal Hukum Pidana dan Pembangunan Hukum*, Volume 1, Nomor 1, Jakarta, 2018, Universitas Trisakti.

Hak Cipta adalah hak eksklusif Pencipta yang timbul secara otomatis melalui prinsip deklaratif atas suatu Ciptaan yang telah diwujudkan secara nyata.³ Prinsip deklaratif yang dianut oleh Hak Cipta berarti bahwa Hak Cipta muncul segera/otomatis terhadap suatu karya sejak pertama kali diwujudkan atau diekspresikan. Suyud Margono menambahkan segera setelah suatu karya diwujudkan maka perlu ada pengumuman terhadap karyanya.⁴ Objek yang dilindungi oleh Hak Cipta sebagaimana diatur dalam konvensi internasional maupun Undang-Undang kita yakni Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, adalah terhadap ciptaan yang ada dalam bidang Ilmu Pengetahuan (seperti karya tulis), Kesenian (musik dan seni rupa), dan Kesusastraan (novel, puisi).⁵

Perkembangan teknologi informasi dengan munculnya komputer dan internet membuka peluang untuk mudahnya mengumumkan ulang dan memperbanyak karya cipta dengan tanpa izin Pemegang Hak Cipta. Hal ini selaras dengan pernyataan Yusran Isnaini dalam bukunya mengemukakan bahwa hampir semua materi yang ada di internet merupakan materi yang dilindungi oleh Hak Cipta.⁶ Orang-orang yang beritikad tidak baik memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tersebut dengan tujuan menguntungkan dirinya sendiri dengan tidak melaksanakan kewajiban hukum

³ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Pasal 1 angka 1.

⁴ Suyud Margono, "Prinsip Deklaratif Pendaftaran Hak Cipta: Kontradiksi Kaedah Pendaftaran Ciptaan dengan Asas Kepemilikan Publikasi Pertama Kali", *Jurnal Rechtsvinding*, Volume 1 Nomor 2, Agustus 2012, Jakarta, Hlm 239.

⁵ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Pasal 1 angka 3.

⁶ Yusran Isnaini, *Hak Cipta Dan Tantangannya Di Era Cyber Space*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2009, Hlm.3-4

dari pelaksanaan perbanyakan dan pengumuman yang mana merupakan Hak Eksklusif suatu karya cipta yang dimiliki oleh Pencipta.

Fakta yang terjadi dalam perkembangan sekarang adalah bahwa internet hadir di hampir setiap aspek kehidupan kita. Salah satu pelakon internet yang populer hadir di kehidupan masyarakat sekarang adalah dengan munculnya *video hosting website* atau *website* menyimpan dan berbagi video seperti YouTube. YouTube adalah situs internet yang menyediakan wadah penampung video dan berbagi video. Orang-orang dapat berbagi momen-momen bahagia atau informasi-informasi kepada siapapun melalui video yang diunggah ke YouTube. YouTube pun menyediakan kesempatan kepada pembuat video untuk mendapatkan keuntungan melalui pemasangan iklan di video yang diunggahnya yang biasa dikenal dengan istilah *Monetize* atau secara peristilahan bahasa Indonesia tidak baku, Monetisasi (belum terdaftar dalam KBBI). *Account Monetizing* atau Monetisasi Akun adalah fasilitas yang diberikan YouTube kepada pengguna dan pembuat video yang memenuhi syarat tertentu dan telah terdaftar dalam *YouTube Partner Program* atau Program Mitra YouTube untuk dapat mendapatkan keuntungan dari video yang dibuatnya dengan mengizinkan YouTube memasang iklan di video yang diunggah dan dipublikasikan di YouTube.⁷

Orang-orang pun kemudian mulai berkarir di YouTube dengan membuat video-video semenarik mungkin dengan materi video yang beragam pula dari mulai video informasi, video permainan keluarga, *video game*, sampai video

⁷ Laman Bantuan Youtube, *Cara Menghasilkan Uang di Youtube*, diakses dari <https://support.google.com/adsense/answer/72857?hl=id>, September 2019.

menari dan video musik. Orang-orang inilah yang kemudian dikenal sebagai *Youtuber*. Di antara video-video yang paling populer dan paling sering dicari di YouTube adalah video musik.⁸ Video musik tersebut kemudian akan dipisah jadi video lagu asli/original dan *cover* lagu atau lagu yang dinyanyikan oleh orang lain yang bukan Penciptanya.

Cover Komersial yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan ekonomi sering merugikan Pencipta khususnya terkait Hak Ekonomi untuk mendapatkan manfaat ekonomi dari pengumuman dan perbanyakan Hak Cipta. Hal ini terjadi karena ketika pihak ke-3 melakukan *cover* lagu, dan hendak membagikannya video *cover*-nya ke YouTube, ia melakukan persetujuan dengan YouTube untuk me-monetisasi videonya dengan memasang iklan. Pendapatan hasil iklan yang didapat oleh pihak ke-3 yang melakukan *cover* tadi pun tidak dibagikan kepada Pencipta dalam bentuk royalti.

Padahal perbanyakan dan pengumuman terhadap suatu karya cipta harus dilakukan dengan izin/lisensi sesuai Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Perbanyakan dan Pengumuman terhadap suatu ciptaan dapat diijinkan atau dilisensikan oleh Pemegang Hak Cipta kepada pihak ke-3 apabila ingin melakukan *cover* dengan imbalan kepada Pemegang Hak Cipta berupa royalti. Hal ini diatur dalam Pasal 16 tentang Pengalihan Hak Cipta dan Pasal 80 tentang Lisensi Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

⁸ Ahmad M. Ramli, *Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif*, Alumni, Bandung, 2018, Hlm.90-93.

Pihak ke-3 yang melakukan *Cover* lagu ketika akan mengunggah video *cover*-nya di YouTube maka yang ia perlukan hanya cukup membuat atau memiliki akun YouTube lalu ia bisa langsung mengunggahnya. YouTube dalam kasus *Cover* ini tidak melakukan intervensi atau mengawasi apakah ada potensi pelanggaran Hak Cipta dalam video-video *Cover* yang hendak diunggah ke YouTube tersebut. Pengunggahan video *cover* lagu ke YouTube pun tidak sedikit di antaranya yang menggunakan Akun Monetisasi yang mana hal tersebut merugikan Pemegang Hak Cipta terhadap Hak Ekonominya.

Contoh kasus yang pernah terjadi di Indonesia yakni yang dilakukan oleh Hanin Dhiya, seorang YouTuber yang utamanya membuat konten YouTube di bidang bernyanyi. Hanin biasa melakukan *cover* dari lagu-lagu yang sedang populer pada waktunya. Hanin pernah pula menyanyikan lagu berjudul “Akad” yang dipopulerkan oleh grup *band* Payung Teduh. Video *cover* Hanin untuk lagu “Akad” tersebut kemudian menjadi populer pula di Internet dan membuat vokalis Payung Teduh menyinggung adanya orang-orang yang melakukan *cover* dan produksi bahkan menjual lagu *cover* terhadap lagunya tanpa seizin pihak Payung Teduh. Kasus ini meski demikian tidak dibawa ke Pengadilan.⁹

Contoh kasus lain yang menjadi referensi bagi penelitian ini adalah Gugatan yang diajukan *National Music Publisher Association* (NMPA) pada 2013 yang dikuasakan oleh “Warner/Chappell Music” melawan “*Fullscreen Inc.*”, sebuah perusahaan *Multi Channel Network* yang menjadi salah satu

⁹ Anita K Wardhani (ed), *Vokalis Payung Teduh Kecewa dengan Hanin Dhiya Gara-Gara Cover Lagu Akad*, <https://tribunnews.com/seleb/2017/10/03/vokalis-payung-teduh-kecewa-dengan-hanin-dhiya-gara-gara-cover-lagu-akad>, diakses September 2019.

pemasok video paling besar di YouTube terutama video-video *cover* musik. *Fullscreen* sebagai suatu perusahaan penyedia alat-alat kreatif seperti kamera, *microphone*, serta jasa kreatif seperti jasa *editing* video dan manajemen kanal YouTube, digugat oleh NMPA telah melakukan perbuatan secara sadar mengabaikan kewajiban untuk mendapatkan lisensi dan membayar royalti kepada pemegang Hak Cipta atas musik dan lagu yang dieksploitasi sebagai mayoritas konten dari channel-channel yang bemitra atau bekerjasama dengan *Fullscreen*.¹⁰ Sidang berakhir dengan perjanjian perdamaian antara kedua pihak dimana *Fullscreen* harus menghapus semua video dari kanal-kanal yang secara langsung mereka operasikan, sementara kanal-kanal yang tidak secara langsung dioperasikan oleh *Fullscreen* diberikan kesempatan oleh NMPA untuk kemudian membuat lisensi dengan pihak-pihak terkait NMPA.¹¹

Permasalahan lain dalam *Cover* lagu di YouTube berkaitan dengan perlindungan bagi Pencipta. Sebagaimana disebutkan tadi YouTube tidak melakukan intervensi atau pengawasan terhadap video-video *cover* yang diunggah ke YouTube. Tetapi YouTube menawarkan kepada Pencipta atau Pemegang Hak Cipta suatu sistem apabila ingin haknya dilindungi oleh YouTube terhadap pengunggahan video *Cover* atau video pelanggaran Hak Cipta lain di YouTube.

¹⁰ Sisario, Ben, *Copyright Lawsuit Targets Cover Songs on YouTube*, https://www.nytimes.com/2013/08/07/business/media/copyright-lawsuit-targets-cover-songs-on-youtube.html?_r=0, diakses September 2019.

¹¹ Spangler, Todd, *Fullscreen to Purge Unlicensed Music Videos from YouTube Under Legal Settlement*, <https://variety.com/2014/digital/news/fullscreen-to-purge-unlicensed-music-videos-from-youtube-under-legal-settlement-1201039673/>, diakses September 2019.

Sistem yang dimaksud YouTube untuk melindungi hak Pencipta adalah *Content ID*, sebuah sistem pintar yang dikembangkan YouTube untuk memindai dan melakukan klaim terhadap video-video yang ada di YouTube. Syarat yang diberikan YouTube untuk mengakses fitur perlindungan Hak Cipta dengan model *Content ID* tersebut tidak sesuai dengan sifat perlindungan Hak Cipta. Hal ini dikarenakan Pencipta diminta untuk membuktikan kepemilikan Hak Eksklusif/Hak Cipta kepada YouTube dalam bentuk Dokumen Pendaftaran Pemerintah. Sementara sistem perlindungan Hak Cipta yang berlaku adalah melalui prinsip perlindungan secara deklaratif yang tidak mewajibkan adanya Pendaftaran suatu Ciptaan.

Kepala divisi Hak Cipta YouTube untuk cabang Asia Pasifik per November 2018 pernah memberikan data bahwa baru 5% metadata terkumpul dari keseluruhan koleksi musik yang ada, sehingga masih ada 95% yang belum terkumpul.¹² Maka dapat dibayangkan ada banyak Pencipta dan Pemegang Hak Cipta di Indonesia yang ciptaannya digunakan oleh orang lain tanpa memberikan imbalan ekonomi kepada Pemegang Hak Cipta di YouTube sementara seharusnya Pencipta atau Pemegang Hak Cipta berhak atas itu.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang bagaimana cara melakukan *Cover* lagu di YouTube yang dapat dilakukan dengan tidak mengurangi Hak dari Pencipta. Penelitian pun akan diajukan dengan judul: Pelanggaran Terhadap Prinsip Deklaratif melalui Syarat Content ID oleh YouTube atas Pengunggahan

¹² Tsy/end, 95 Persen Metadata Musik Indonesia di Youtube Tak Terkumpul, <https://cnnindonesia.com/hiburan/20181114184525-227-346615/95-persen-metadata-musik-indonesia-di-youtube-tak-terkumpul>, September 2019.

Dalam Bentuk *Cover* (Penyanyian Ulang) yang Merugikan Pencipta, dengan pembatasan melalui Identifikasi Masalah sebagaimana yang akan dipaparkan berikutnya.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang akan membatasi permasalahan agar dapat menemukan hasil yang lebih fokus adalah:

1. Bagaimana ketentuan tentang pengumuman dan perbanyakan *Cover* lagu di YouTube yang bertujuan untuk keuntungan ekonomi dengan menggunakan fitur Monetisasi ditinjau dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi Pencipta lagu di YouTube berdasarkan model perlindungan Hak Cipta menggunakan sistem *Content ID* dihubungkan dengan Prinsip Deklaratif?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini tidak lain adalah untuk menjawab dan menjelaskan permasalahan yang ditanyakan dalam Identifikasi Masalah yang mencakup:

1. Untuk mengetahui bagaimana model pengumuman dan perbanyakan *Cover* lagu di YouTube untuk keuntungan ekonomi dengan menggunakan fitur Monetisasi dan bagaimana Undang-Undang melihat dan mengatur model pengumuman dan perbanyakan tersebut.
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang didapatkan Pencipta lagu di YouTube berdasarkan model perlindungan Hak Cipta

menggunakan sistem *Content ID* dan menghubungkannya dengan Prinsip Deklaratif yang dianut oleh sistem Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan inti masalah yang telah dikemukakan di Latar Belakang dan Identifikasi Masalah, penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan yang meliputi:

1. Kegunaan Teoritis

Bahwa penelitian ini diharapkan untuk dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian orang-orang kedepannya dan dapat membawa suatu pandangan atau landasan baru bagi teori hukum yang khususnya di bidang Hak Cipta atas Lagu dan Musik.

2. Kegunaan Praktis

Bahwa penelitian ini diharapkan untuk dapat menjadi referensi bagi praktisi-praktisi di bidang Hak Cipta pada umumnya dan khususnya di bidang Musik/Lagu baik dari kalangan ahli hukum maupun dari kalangan musisi dan perusahaan yang bergelut dalam bidang musik dan rekaman atau bisnis musik digital.

E. Kerangka Berpikir

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta memberikan definisi Hak Cipta dalam Pasal 1 angka 1 sebagai 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. Hak eksklusif dijelaskan dalam Penjelasan Pasal 4 Undang-Undang Hak Cipta adalah hak yang hanya diperuntukkan bagi Pencipta, sehingga tidak ada pihak lain yang dapat memanfaatkan hak tersebut tanpa izin Pencipta.

Hak Eksklusif terhadap Hak Cipta meliputi Hak Moral dan Hak Ekonomi.¹³ Hak Moral sesuai Pasal 5 berkaitan dengan sisi personal atau identitas dari Pencipta/Pemegang Hak Cipta, sementara Hak Ekonomi sesuai Pasal 8 adalah Hak untuk mendapatkan manfaat Ekonomi dari Ciptaannya. Hak Ekonomi diperinci dalam Pasal 9 ayat (1) di antaranya adalah Hak Mempertunjukkan atau Mengumumkan (*Performing Right*) dan Hak Memproduksi, Memperbanyak dan Merekam (*Mechanical Right*). Dimana sesuai Pasal 4 kesemua Hak Moral dan Hak Ekonomi bersifat Eksklusif dan terbatas dimiliki oleh Pencipta.

Hak Cipta memiliki prinsip Deklaratif sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta bahwa Hak Cipta adalah Hak yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif. Pada prinsip Deklaratif pendaftaran objek HKI bukan untuk memperoleh hak (*first to use*), dan pendaftaran sifatnya hanya fakultatif berbeda dengan sistem Konstitutif yang menyandarkan perolehan hak dari pendaftaran objek HKI (*first to register*).¹⁴

Pencipta memiliki hak atau wewenang untuk melaporkan pelanggaran Hak Cipta karena Pelanggaran Hak Cipta sifatnya adalah Delik Aduan sehingga

¹³ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, Pasal 4.

¹⁴ Gatot Supramono, *Hak Cipta dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, Hlm.13.

tidak akan diproses apabila tidak ada aduan dari Pencipta sebagai Korban. Hal ini di sisi lain dijadikan alasan oleh YouTube untuk tidak mengambil langkah aktif dalam melindungi Hak Cipta di *website*-nya.

Syarat perlindungan Hak Cipta di YouTube menggunakan sistem pintar *Content ID* memaksa Pencipta atau Pemegang Hak Cipta mendaftarkan ciptaannya ke YouTube yang selanjutnya diikat dalam perjanjian sebagai *YouTube Partners* atau rekanan YouTube. Sehingga ciptaan yang tidak didaftarkan ke YouTube tidak mendapatkan perlindungan dari sistem pintar *Content ID* dan video-video terkait ciptaan asli yang diunggah orang lain yang melanggar Hak Cipta lolos dari pemindaian *Content ID* dan berakibat Pencipta atau Pemegang Hak Cipta tidak dapat mempertahankan Hak Eksklusifnya terutama Hak Ekonomi menggunakan *Content ID*.

F. Metode Penelitian

Dalam penelitian dengan bentuk skripsi ini, peneliti menggunakan pendekatan yang klasifikasinya sebagai berikut:

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dikarenakan intisari pendekatan penelitian ini yaitu meneliti hukum dengan menggunakan sumber berupa teori-teori dan kaedah-kaedah hukum, asas-asas hukum, pendapat para ahli serta peraturan perundang-undangan. Soerjono Soekanto dalam bukunya memberikan pandangan bahwa Pendekatan Yuridis Normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder

sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.¹⁵

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini menggunakan cara deskriptif analitis, yaitu menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif¹⁶. Sehingga pembahasan dalam penelitian membahas inti permasalahan yang menjadi objek penelitian, lalu dihubungkan dengan hukum yang relevan atau yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian.

3. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data terbagi atas beberapa klasifikasi seperti berikut:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer adalah bahan hukum yang menjadi inti dari penelitian ini berupa regulasi dan peraturan perundang-undangan, khususnya dalam penelitian ini yang digunakan adalah Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak

¹⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, Hlm.13-14

¹⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1993, Hlm.3.

Cipta serta peraturan-peraturan lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan yang memberikan penjelasan terhadap Bahan Hukum Primer, maka Bahan Hukum Sekunder merupakan literature-literatur, jurnal tentang ilmu hukum, doktrin para ahli serta lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier adalah bahan yang menjadi petunjuk atau penjelasan terhadap Bahan Hukum Primer maupun Sekunder. Termasuk dalam Bahan Hukum Tersier yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kamus Bahasa Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus-Kamus Bahasa Inggris, Internet, serta Surat Kabar.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Studi Kepustakaan

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik Studi Pustaka. Selain itu Studi Pustaka ini merupakan pilihan utama dalam membantu penulisan penelitian ini.

2) Wawancara

Data yang dikumpulkan dengan cara wawancara merupakan data yang digunakan sebagai pembantu untuk memperkuat data yang sudah diperoleh dengan cara studi pustaka.

4. Metode Analisis

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini akan banyak bergantung pada Studi Kepustakaan dimana dengan menggunakan Studi Kepustakaan, Bahan Penelitian yang relevan dengan topik penulisan ini dikumpulkan, setelah itu data yang sudah terkumpul tersebut diteliti lalu menghubungkannya dengan regulasi yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.