

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS HUKUM**

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi

*Nomor : 2193/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022*

**Problema Implementasi Hak Eksklusif Pencipta Lagu Atas  
Penggunaan Lagu Sebagai Latar Suara Video Promosi di Tiktok  
Oleh Pelaku Usaha Tanpa Izin**

OLEH

**Nama: Shella Vanesa**

**NPM : 6051901053**

PEMBIMBING I

**Dr. C. Ria Budiningsih, S.H., MCL., Sp1.**

PEMBIMBING II

**Dr. Rika Ratna Permata, S. H., M. H.**



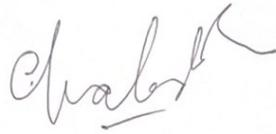
Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan  
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ilmu Hukum

2023

Telah disidangkan pada Ujian  
Penulisan Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing I



Dr. Catharina Ria Budiningsih, S.H., MCL., Sp1.

Pembimbing II



Dr. Rika Ratna Permata, S.H., M.H.

Dekan,



Dr. iur. Liona Nanang Supriatna, S.H., M.Hum.



## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : SHELLA VANESA

NPM : 6051901053

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

**“PROBLEMA IMPLEMENTASI HAK EKSKLUSIF PENCIPTA LAGU ATAS PENGGUNAAN LAGU SEBAGAI LATAR SUARA VIDEO PROMOSI DI TIKTOK OLEH PELAKU USAHA TANPA IZIN”**

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah /Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 20 Juli 2023

Mahasiswa penyusun Karya Ilmiah/ Karya Penulisan Hukum

  
()

Shella Vanesa

6051901053

## **ABSTRAK**

UU Hak Cipta memberikan hak eksklusif kepada pencipta lagu yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi yang hanya dapat dilaksanakan oleh pencipta itu sendiri atau pemegang hak cipta yang menerima hak tersebut dari pencipta. Namun, seiring berkembangnya teknologi, khususnya pada bidang perdagangan online pada platform digital, hak eksklusif pencipta banyak terlanggar dengan dilaksanakannya hak ekonomi secara tanpa hak. Penelitian ini membahas mengenai pelanggaran hak eksklusif oleh pelaku usaha perdagangan online pada platform digital Tiktok yang menggunakan lagu tanpa izin sebagai latar suara video promosi produk. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan sifat penelitian deskriptif dan metode pendekatan perundang-undangan berdasarkan data sekunder yang terdiri atas sumber hukum primer, sekunder, dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menggunakan lagu sebagai latar suara video promosi telah melakukan pelanggaran hak eksklusif pencipta, khususnya hak ekonomi berupa penggandaan dan penggunaan secara komersial sehingga dapat dimintakan pertanggungjawaban. Selain itu, Tiktok sebagai platform yang menyediakan fasilitas bagi pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penggunaan lagu, juga dapat dimintakan pertanggungjawaban atas kelalaiannya dalam menyelenggarakan sistem elektronik yang sesuai dengan kewajibannya berdasarkan peraturan perundang-undangan sehingga mengakibatkan pelanggaran hak cipta pada platformnya.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan berkat rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik penulisan hukum yang berjudul “**Problema Implementasi Hak Eksklusif Pencipta Lagu Atas Penggunaan Lagu Sebagai Latar Suara Video Promosi di Tiktok Oleh Pelaku Usaha Tanpa Izin**” ini sebagai persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Ilmu Hukum pada Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penulisan hukum ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Berkat bimbingan, bantuan dan dukungan ini, penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum ini dengan baik dan tepat waktu, oleh karenanya, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyatakan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah mendengar doa-doa penulis dan memberi kekuatan pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Program Sarjana Ilmu Hukum di Universitas Katolik Parahyangan.
2. **Mely dan Sudirman, S.E., M.Mpub.** , kedua orang tua penulis yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun finansial, serta memberi nasehat dan mendoakan yang terbaik bagi penulis selama penulis menempuh Program Sarjana Ilmu Hukum di Universitas Katolik Parahyangan.
3. **Seline Dian, S.H.**, kakak tercinta dari penulis yang telah memberikan banyak bantuan dalam penulisan hukum ini serta memberikan dukungan dan memotivasi penulis setiap saat ketika penulis dalam kesusahan.
4. **Ibu Dr. Catharina Ria Budiningsih, S.H., MCL., Sp1.**, selaku dosen pembimbing pertama yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sejak penyusunan proposal penulisan hukum hingga selesainya penulisan hukum ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum ini dengan baik.

5. **Ibu Dr. Rika Ratna Permata, S.H., M.H.**, selaku dosen pembimbing kedua penulis yang senantiasa membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum ini dengan baik.
6. **Bapak Dr. Sentosa Sembiring, S.H., M.H.**, selaku dosen penguji penulisan hukum ini yang telah memberikan berbagai saran dan masukan kepada penulis dalam penyempurnaan penulisan hukum ini.
7. **Keluarga besar “Semeru Group”** yang selalu mendukung dan mendoakan penulis serta memberi kepercayaan pada penulis dalam menyelesaikan penulisan hukum ini.
8. **Paulina**, sahabat penulis yang telah meluangkan waktu untuk mendengarkan dan memotivasi penulis walaupun jauh dari penulis, serta telah memberikan banyak dukungan dan saran bagi penulis selama ini.
9. **Feliciana Fayola, Cynthia Adhistry Lestari, dan Immanuella Evani Ravenska Nareswari Tamris**, teman-teman penulis sejak awal perkuliahan yang bersama-sama berjuang dalam menyelesaikan program sarjana ilmu hukum, yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan serta mendengarkan keluhan-keluhan penulis.
10. **Semua anggota group “comeandshops (20s)”**, yang terdiri atas Efendi, Angellia Rosalynn Wu, Maryanto, Hendiko, Jesslyn Hartawi, Philips, Vincent Wu, dan Yucky, yang telah memberikan hiburan, nasehat dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan hukum ini.
11. **Semua dosen, karyawan, beserta staf Fakultas Hukum UNPAR**, yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan banyak bantuan dan layanan kepada penulis selama penulis menjalankan perkuliahan di UNPAR.
12. Semua orang yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan hukum ini.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan hukum ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik terhadap penulisan hukum ini. Akhir

kata, harapan terbesar penulis adalah penulisan hukum ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberi kontribusi pada bidang hukum, khususnya Hukum Hak Kekayaan Intelektual.

Bandung, Juni 2023

Shella Vanesa

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.5. Metode Penelitian.....	8
1.5.1. Metode Penelitian.....	8
1.5.2. Sifat Penelitian .....	9
1.5.3. Metode Pendekatan .....	9
1.5.4. Jenis dan Sumber Data .....	9
1.5.5. Metode Pengumpulan Data .....	10
1.5.6. Metode Analisa Data.....	10
1.6. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI PELINDUNGAN HAK CIPTA</b> .....	<b>12</b>
2.1. Hak Cipta.....	12
2.1.1 Prinsip Pelindungan Hak Cipta.....	13
2.1.2 Hak Cipta Sebagai Hak Eksklusif.....	14
2.1.3 Pencipta dan Pemegang Hak Cipta.....	17
2.1.4 Ciptaan.....	19
2.2. Lisensi.....	20
2.3. Royalti .....	21
2.4. Lembaga Manajemen Kolektif .....	22
2.5. Pelanggaran Hak Cipta Lagu.....	22
2.6. Penyelesaian Terhadap Pelanggaran Hak Cipta .....	27
2.7. Tanggung Jawab Hukum .....	31
<b>BAB III TINJAUAN UMUM MENGENAI PLATFORM DIGITAL TIKTOK</b> .....	<b>33</b>
3.1 Platform Digital.....	33
3.1.1 Pengertian Platform Digital.....	33

3.1.2	Kewajiban Penyedia Platform Digital.....	35
3.1.3	Platform Digital Berbentuk <i>User Generated Content</i> .....	37
3.2	Tiktok.....	39
3.2.1	Sejarah Tiktok.....	39
3.2.2	Fitur yang Tersedia di Tiktok.....	40
3.2.3	<i>For Your Page</i> pada Tiktok.....	42
3.3	Kebijakan Terkait Hak Cipta di Tiktok.....	45
3.4	Penggunaan Layanan Tiktok Oleh Pelaku Usaha dalam Melakukan Promosi .....	47
<b>BAB IV TANGGUNG JAWAB DAN TINDAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DAN PLATFORM TIKTOK ATAS PENGGUNAAN LAGU TANPA IZIN SEBAGAI LATAR SUARA VIDEO PROMOSI DI TIKTOK .....</b>		<b>51</b>
4.1.	Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Platform Tiktok Atas Penggunaan Lagu Tanpa Izin Sebagai Latar Suara Video Promosi.....	51
4.2.	Tindakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha dan Tiktok Atas Penggunaan Lagu Tanpa Izin Sebagai Latar Suara Video Promosi di Tiktok.....	62
4.2.1.	Tindakan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Pengunggah Video Promosi.....	65
4.2.2.	Tindakan Hukum Terhadap Tiktok.....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>74</b>
5.1.	Kesimpulan.....	74
5.2.	Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>77</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 – Halaman FYP Pengguna Tiktok.....	43
Gambar 2.1 – Contoh Video Promosi Produk di Tiktok.....	48
Gambar 2.2 – Contoh Video Promosi Produk di Tiktok 2.....	48
Gambar 2.3 – Laman <i>link</i> Pembelian Produk yang Tertera di Video Promosi.....	48
Gambar 3.1 – Laman Unggah Video pada Tiktok.....	49
Gambar 3.2 – Laman pilihan lagu atau musik setelah mengklik “tambah suara”.....	49
Gambar 4.1 – Penggunaan Lagu Populer pada Video Promosi Tiktok.....	50
Gambar 4.2 – Profil Lagu Populer yang Digunakan pada contoh Video dalam gambar 4.1.....	50

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat diikuti juga dengan perkembangan gaya hidup (*lifestyle*) manusia. Pada era modern ini, manusia tidak lagi cukup dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan sandang, pangan, dan papan, melainkan juga diperlukannya hiburan untuk kebutuhan psikis. Dewasa ini, masyarakat sudah tidak asing lagi dengan penggunaan internet untuk mendapatkan hiburan. Masyarakat, baik kalangan anak-anak, remaja, maupun orang tua dapat mengakses internet dan bahkan sering menggunakan sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan aplikasi lainnya yang membutuhkan jaringan internet untuk berkomunikasi atau mengekspresikan diri. Internet menjadi tempat pencarian segala informasi yang diperlukan. Demikian juga sebaliknya, menjadi tempat pengunggahan segala informasi atau ekspresi diri lainnya secara bebas.

Salah satu platform sosial media yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan juga mengekspresikan diri yang sangat populer saat ini yakni *Tiktok*. *Tiktok* adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang memberikan wadah bagi penggunanya untuk merekam dan mengunggah videonya sendiri sebagai bentuk mengekspresikan diri.<sup>1</sup> *Tiktok* menyajikan banyak *special effects* yang menarik serta unik dan didukung juga dengan banyaknya pilihan musik dan lagu guna membantu kreatifitas para *content creator*<sup>2</sup> dalam membuat berbagai macam konten unik untuk diunggah di aplikasi *Tiktok* tersebut. Tersedianya banyak *special effects* disertai berbagai pilihan musik atau lagu untuk dijadikan sebagai latar musik untuk video/konten (*Background music*) membuat *Tiktok* banyak disukai oleh masyarakat karena tidak jarang musik atau lagu yang menjadi *background*

---

<sup>1</sup> Bagus Rahmanda dan Kornelius Benuf, *Perlindungan Hukum Hak Cipta Musik yang Diupload di Aplikasi Tiktok*, Jurnal Law, Development & Justice Review (Vol.4 No.1, Mei 2021), hlm. 29-44.

<sup>2</sup> Orang yang membuat konten hiburan maupun edukatif dalam bentuk foto, video, podcast, tulisan, karya digital dan lainnya.

*music* tersebut membuat candu pendengarnya, apalagi ketika diiringi dengan berbagai konten yang unik, seperti gerakan-gerakan, *vlog*, atau konten lainnya.

Konten-konten di *Tiktok* tersebut banyak memberikan hiburan bagi masyarakat Indonesia. Para *content creator* maupun pengguna *Tiktok* sendiri juga berusaha menciptakan konten yang menarik agar mereka lebih terkenal atau dengan kata lain menjadi viral. *Tiktok* juga membebaskan penggunanya untuk mengunggah lagu atau musik kesukaan pengguna ke platform *Tiktok*, yang kemudian lagu atau musik unggahan pengguna tersebut dapat diambil dan digunakan oleh pengguna lain. Penggunaan lagu sebagai *background music* video ini dapat digunakan setiap pengguna dengan cukup mengklik “*add sound*” ketika mengunggah suatu video.

Kemudian fitur terkenal yang disediakan *Tiktok* yakni *For Your Page*, atau lebih dikenal dengan singkatannya, FYP, dimana pada laman utama setiap pengguna, *Tiktok* menyediakan berbagai rekomendasi video untuk pengguna yang disesuaikan dengan riwayat video yang pernah ditonton dan yang disukai (*like*) oleh pengguna yang bersangkutan. Perkembangannya, *Tiktok* menjadi salah satu platform sasaran para pelaku usaha untuk mempromosikan produknya di platform tersebut karena banyaknya pengguna *Tiktok*. Para pelaku usaha membuat video promosi produk dan diunggah di *Tiktok* agar lebih cepat mencapai banyak sasaran sekaligus dengan harapan video promosi tersebut dapat tampil pada FYP banyak pengguna. Usaha para pelaku usaha agar video promosi dapat masuk dalam FYP para pengguna yakni menggunakan lagu-lagu yang sedang populer dan disukai banyak pengguna sebagai latar suara (*background music*) video promosi mereka. Dengan demikian, para pengguna yang menyukai lagu populer itu akan mendapatkan rekomendasi video promosi produk pada FYP mereka. Namun, penggunaan lagu milik orang lain tentu perlu memperhatikan aspek hukum hak cipta yang berlaku.

Di Indonesia, perlindungan Hak Cipta yang diberikan kepada pencipta atau pemegang hak cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut “UU Hak Cipta”). Dalam penelitian ini, ciptaan yang menjadi objek hak cipta yang akan dibahas terbatas pada ciptaan

berupa lagu, yang merupakan salah satu hasil karya cipta di bidang seni yang mendapatkan perlindungan hak cipta sebagaimana diatur dalam Pasal 40 ayat (1) huruf d.

Hak cipta itu sendiri berdasarkan UU Hak Cipta terdiri atas hak moral dan hak ekonomi. Hak moral merupakan hak yang diberikan sebagai bentuk penghormatan dan pengakuan terhadap kekayaan intelektual yang dihasilkan, sedangkan hak ekonomi merupakan hak pencipta atau pemegang hak cipta untuk menikmati dan mengeksploitasi sendiri kekayaan intelektualnya untuk mendapatkan keuntungan ekonomis dari kekayaan intelektual tersebut dalam jangka waktu tertentu. UU Hak Cipta pada Pasal 8 menyatakan,

*“Hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaan,”*

Selanjutnya Pasal 9 UU Hak Cipta menyatakan,

*“(1) Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan:*

- a. penerbitan Ciptaan;*
- b. penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;*
- c. penerjemahan Ciptaan;*
- d. pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian Ciptaan;*
- e. pendistribusian Ciptaan atau salinannya;*
- f. pertunjukan Ciptaan;*
- g. pengumuman Ciptaan;*
- h. komunikasi Ciptaan; dan*
- i. penyewaan Ciptaan.*

*(2) Setiap Orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.*

*(3) Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.”*

Pasal 9 tersebut menjabarkan bentuk-bentuk hak ekonomi pencipta dan pada ayat (2) dan (3), secara tegas dinyatakan bahwa penggandaan dan/atau penggunaan secara komersial ciptaan wajib mendapatkan izin dari pencipta atau pemegang hak cipta. Para pelaku usaha yang menggunakan fitur Tiktok dengan menjadikan lagu populer sebagai latar suara video promosi mereka di Tiktok dapat dikategorikan sebagai penggunaan secara komersial yang dilakukan tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta sebab pelaku usaha

cukup menggunakan fitur yang tersedia di Tiktok dengan menggunakan lagu populer yang tersedia di Tiktok sendiri. Penggunaan lagu oleh pelaku usaha dalam video promosi seperti itu secara tidak langsung mendatangkan keuntungan ekonomis bagi pelaku usaha karena semakin dikenalnya produk yang dipromosikan di Tiktok tersebut, penjualan produk tersebut akan meningkat dan mendatangkan keuntungan yang lebih besar bagi pelaku usaha bahkan mempengaruhi popularitas merek dagang pelaku usaha. Adanya keuntungan secara tidak langsung ini mengakibatkan penggunaan lagu sebagai latar suara video oleh pelaku usaha dalam melakukan promosi tidak lagi dapat dikategorikan sebagai penggunaan non-komersial.

Pencipta diberi hak eksklusif oleh UU Hak Cipta atas ciptaannya yang telah dihasilkan melalui intelegensinya. Hak eksklusif yang dimaksud yaitu tidak ada pihak lain yang dapat memanfaatkan hak tersebut kecuali dengan izin dari penciptanya atau dibenarkan menurut ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>3</sup> Artinya, pencipta diberikan hak untuk “menjual” hak penggunaan ciptaannya sehingga ciptaannya tersebut dapat mendatangkan keuntungan ekonomis bagi dirinya. Namun implementasi hak eksklusif ini menjadi sulit dengan adanya perbuatan pelaku usaha di Tiktok seperti yang diilustrasikan diatas.

Penggunaan dan pemanfaatan popularitas lagu oleh para pelaku usaha dalam video promosi yang dilakukan tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta merupakan penggunaan secara komersial yang dapat merugikan pencipta atau pemegang hak cipta. Kasus demikian pernah terjadi pada platform *youtube*, dimana seorang pencipta lagu bernama Januar Ishak melihat sebuah iklan produk pada platform *youtube* yang menggunakan lagu ciptaannya tanpa izin terlebih dahulu dari pencipta tersebut kemudian menggugat pengguna lagu tersebut. Hakim Mahkamah Agung (MA) dalam kasus tersebut menyatakan bahwa penggunaan lagu tanpa izin dalam iklan merupakan tindakan perbuatan melawan hukum pelanggaran hak cipta yang berupa pengandaan dan

---

<sup>3</sup> Budi Agus Riswandi, et.al., *Pembatasan dan Pengecualian Hak Cipta di Era Digital*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017), hlm. 5.

penggunaan secara komersial berdasarkan Pasal 24 ayat (4) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.<sup>4</sup>

Tiktok sebagai platform digital berbasis *user generated content*, dimana masyarakat dapat secara mandiri mendaftarkan diri pada platform dan membuat sebuah akun milik pribadi untuk mengunggah data dan informasi ke dalam platform, tentu memiliki syarat dan ketentuan layanannya tersendiri. Dalam ketentuan layanan Tiktok (*Tiktok Terms of Service*), juga terdapat ketentuan mengenai Hak Kekayaan Intelektual, dimana Tiktok menyatakan,<sup>5</sup>

*“Kami menghormati hak atas kekayaan intelektual dan meminta agar Anda melakukan hal yang sama. Sebagai syarat pengaksesan dan penggunaan Layanan oleh Anda, Anda setuju untuk tidak menggunakan Layanan untuk melanggar hak atas kekayaan intelektual apapun. Kami mencadangkan hak, dengan atau tanpa pemberitahuan, setiap saat dan semata-mata atas kebijakan kami, untuk memblokir akses ke dan/atau menutup akun-akun milik setiap pengguna yang melanggar atau diduga melanggar hak cipta atau hak atas kekayaan intelektual lainnya.”*

Dari ketentuan tersebut, terlihat bahwa sebenarnya Tiktok menyatakan dan menghimbau penggunanya untuk menghormati hak atas kekayaan intelektual dan menyatakan bahwa tidak melanggar hak kekayaan intelektual menjadi syarat pengaksesan dan penggunaan layanan Tiktok. Melalui ketentuan tersebut, Tiktok menyatakan bahwa jika ada yang melanggar hak kekayaan intelektual, maka konten tersebut akan di blokir aksesnya atau Tiktok akan menutup akun pengunggah. Namun pada kenyataannya, Tiktok tidak melakukan tindakan tegas untuk memeriksa video-video yang diunggah pada platformnya, apakah melanggar hak kekayaan intelektual atau tidak, sehingga video-video tersebut tetap ada dan tersebar sebagaimana tujuan pengunggahnya.

Berdasarkan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (*Merchant*) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*Electronic Commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content*, penyedia platform, dalam hal ini Tiktok, memiliki kewajiban untuk melakukan evaluasi dan/atau

---

<sup>4</sup> Putusan Mahkamah Agung Nomor 991 K/Pdt.Sus-HKI/2022

<sup>5</sup> Tiktok, *Ketentuan Layanan*, <https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/id-ID>, diakses 30 November 2022.

monitoring secara aktif terhadap kegiatan penyelenggaraan Pedagang (Merchant) dalam platform UGC.

Dengan demikian, tanpa dilakukan tindakan pada video pelanggaran ketentuan oleh pengguna Tiktok, mengakibatkan hak ekonomi pencipta atau pemegang hak cipta lagu/musik yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha tersebut tidak dapat dipertahankan. Dalam hal ini, pencipta kesulitan untuk mendapatkan royalti atau dengan kata lain, menikmati hak eksklusifnya dari penggunaan ciptaannya oleh orang lain di platform digital seperti Tiktok. Tiktok membiarkan adanya penggunaan seperti itu dan pencipta juga sulit mengetahui identitas asli pelanggar hak cipta lagu sebab pengunggah video cukup membuat sebuah akun pribadi pada platform tersebut tanpa harus memberitahu segala identitas dirinya seperti nama asli dan domisili. Bahkan terkadang, pencipta lagu dengan pelanggar tidak berkewarganegaraan sama karena Tiktok sebagai platform digital yang jangkauannya mencapai seluruh dunia tidak hanya diakses oleh warganegara Indonesia. Pengguna Tiktok, berdasarkan fitur yang disediakan Tiktok juga dapat secara bebas mengunggah lagu kesukaan mereka yang bisa saja bukan lagu ciptaan orang Indonesia, melainkan pencipta asing, ke platform Tiktok untuk digunakan oleh pengguna Tiktok lain. Namun penggunaan tersebut mengakibatkan hak eksklusif pencipta terlanggar dan pencipta tidak mendapatkan royalti sebagai haknya. Padahal, seharusnya penggunaan ciptaan dapat mendatangkan keuntungan ekonomis bagi pencipta atau pemegang hak cipta. Tetapi faktanya di Tiktok, penggunaan dan pemanfaatan lagu oleh pelaku usaha untuk melakukan promosi dilakukan tanpa izin pencipta dan tanpa membayar royalti kepada pencipta atau pemegang hak cipta sehingga terlihat bahwa implementasi hak eksklusif pencipta atau pemegang hak cipta yang diberikan oleh UU Hak Cipta mengalami permasalahan. Dengan demikian, objek yang menjadi fokus penelitian adalah terhadap penggunaan karya cipta lagu yang digunakan oleh pelaku usaha sebagai latar suara video promosi, tidak termasuk penggunaan lagu atau pengunggahan lagu melalui konten-konten lain yang ada di dalam platform Tiktok yang bertujuan sebagai hiburan.

Permasalahan demikian timbul karena adanya pembiaran dari platform Tiktok terhadap video-video yang diizinkan tersebar pada platformnya dan juga tersedianya fitur yang memudahkan pengguna, dalam hal ini khususnya pelaku usaha yang menggunakan Tiktok sebagai media promosi, dalam menggunakan lagu tanpa izin. Dalam hal ini, perlu diteliti sejauh mana tanggung jawab Tiktok sebagai platform yang mengizinkan pengunggahan dan penggunaan lagu oleh penggunanya tersebut.

Terhadap permasalahan yang dipaparkan diatas, penelitian ini diangkat dengan judul **“Problema Implementasi Hak Eksklusif Pencipta Lagu Atas Penggunaan Lagu Sebagai Latar Suara Video Promosi di Tiktok Oleh Pelaku Usaha Tanpa Izin”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah problema implementasi hak eksklusif pencipta lagu atas adanya penggunaan lagu tanpa izin sebagai latar suara video promosi oleh pelaku usaha di Tiktok berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta?
2. Bagaimana tindakan hukum yang dapat dilakukan pencipta terhadap tindakan Tiktok dan pelaku usaha yang merugikan hak ekonomi pencipta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Mengidentifikasi problema implementasi hak eksklusif pencipta lagu atas adanya penggunaan lagu tanpa izin sebagai latar suara video promosi oleh pelaku usaha di Tiktok berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
2. Menganalisa tindakan hukum yang dapat dilakukan pencipta terhadap tindakan pelaku usaha yang merugikan pencipta dan pembiaran Tiktok atas tindakan pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum, khususnya di bidang hukum kekayaan intelektual.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis berupa pemberian solusi bagi pencipta lagu yang mengalami problema hukum yang diteliti dalam penelitian ini serta penambahan wawasan dan kesadaran hukum masyarakat Indonesia, terutama pengguna aplikasi *Tiktok*, di bidang hukum kekayaan intelektual, khususnya mengenai hak cipta lagu.

## 1.5. Metode Penelitian

### 1.5.1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang dilakukan hanya dengan menggunakan data sekunder sebagai sumber utama.<sup>6</sup> Penelitian ini merupakan penelitian doktrinal yang berupa usaha penemuan hukum *in concreto* yang layak diterapkan untuk menyelesaikan suatu perkara hukum tertentu.<sup>7</sup> Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif karena untuk menemukan jawaban terhadap permasalahan yang dihadapi pencipta lagu, dalam hal ini penggunaan lagu secara komersial tanpa izin oleh pelaku usaha untuk melakukan promosi produk di *Tiktok*, perlu diteliti melalui data sekunder berupa UU Hak Cipta serta peraturan perundang-undangan lain yang berlaku, serta Ketentuan Layanan

---

<sup>6</sup> Amiruddin dan H.Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 118.

<sup>7</sup> Soetandyo Wingjosoebroto dalam H.Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 13.

Tiktok (*Tiktok terms of service*) untuk melihat perlindungan hukum yang diberikan kepada Pencipta, kemudian menggunakan buku-buku dan jurnal-jurnal hukum untuk menafsirkan dan memperjelas peraturan dan menemukan hukum yang tepat terhadap penyelesaian permasalahan.

### **1.5.2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif, yakni penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat.<sup>8</sup> Penelitian ini akan membahas mengenai gejala penggunaan lagu tanpa izin oleh pelaku usaha di platform digital Tiktok dan menemukan tanggung jawab Tiktok terhadap hal tersebut berdasarkan peraturan perundang-undangan serta upaya penyelesaian gejala tersebut secara hukum.

### **1.5.3. Metode Pendekatan**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan analisis (*analytical approach*), khususnya pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Penelitian ini akan menggunakan UU Hak Cipta sebagai pedoman dalam menjawab permasalahan kemudian melakukan analisis terhadap peraturan dengan menggunakan sumber lain seperti buku-buku, jurnal hukum dan bahan pendukung lain.

### **1.5.4. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian yuridis normatif hanya berupa data sekunder, yakni berupa dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya.<sup>9</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer yang berupa peraturan perundang-undangan,

---

<sup>8</sup> Amiruddin dan H. Zainal Aisikin, Op.Cit, hlm. 25.

<sup>9</sup> Ibid.

khususnya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dan bahan hukum sekunder yang terdiri atas buku-buku dan jurnal-jurnal hukum yang relevan dengan penelitian ini, serta bahan hukum tersier berupa kamus hukum atau ensiklopedia.

#### **1.5.5. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kepustakaan, yaitu dengan melakukan studi terhadap bahan-bahan pustaka berupa literatur hukum dan data-data yang relevan.

#### **1.5.6. Metode Analisa Data**

Metode analisa data dalam penelitian ini adalah metode deduktif, yakni dengan cara berangkat dari data sekunder yang digunakan dan dikaitkan dengan permasalahan yang konkrit untuk kemudian mendapat jawaban atas permasalahan. Dengan metode deduktif, peneliti mencari peraturan-peraturan terkait dengan permasalahan, yakni mengenai hak cipta dan pelanggarannya serta penyelesaian perkara pelanggaran hak cipta, kemudian diterapkan pada permasalahan yang dihadapi pencipta lagu dengan adanya pelanggaran hak cipta berupa penggunaan secara komersial di Tiktok.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini direncanakan terbagi atas 5 (lima) bab, yang terdiri atas :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KAJIAN TEORITIS MENGENAI PELINDUNGAN HAK CIPTA**

Bab ini berisikan kajian teoritis mengenai hak cipta sebagai hak kekayaan intelektual dan perlindungan hukum yang diberikan oleh UU Hak Cipta kepada pencipta atau pemegang hak cipta terhadap suatu karya cipta.

### **BAB III TINJAUAN UMUM MENGENAI PLATFORM DIGITAL TIKTOK**

Bab ini berisikan tinjauan mengenai platform, kewajiban dan tanggung jawab platform yang berbasis *user generated content*, serta tinjauan mengenai platform Tiktok dan sistem kerja Tiktok terkait penggunaan lagu dalam platform Tiktok.

### **BAB IV TANGGUNG JAWAB DAN TINDAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DAN TIKTOK ATAS PENGGUNAAN LAGU TANPA IZIN SEBAGAI LATAR SUARA VIDEO PROMOSI DI TIKTOK**

Bab ini berisikan analisis permasalahan implementasi hak eksklusif yang dihadapi pencipta lagu karena adanya penggunaan lagu tanpa izin sebagai latar suara video promosi di Tiktok dan tanggung jawab pelaku serta penyelesaian atau tindakan hukum yang dapat dilakukan pencipta terhadap pelaku usaha dan Tiktok.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini akan diberikan kesimpulan yang menyeluruh atas pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan saran yang dapat diberikan atas permasalahan yang diteliti.