
Perlindungan Hukum Terhadap Monetisasi Karya Seni Musik Untuk Konten Video Yang Diunggah Ke *Youtube* Ditinjau Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*

Martin Eka Dwi Chandra,¹ Nahrowi,² Mara Sutan Rambe³
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

 [10.15408/jlr.v4i2.21414](https://doi.org/10.15408/jlr.v4i2.21414)

Abstract

In today's rapid technological developments, many people are involved in the world of electronic entertainment and one of them is being a content creator on Youtube. However, in practice there are still many people who use other people's copyrighted works for their video content without having the approval or license of the related parties. This research focuses on circulating literature sources and the result is that every activity that uses the copyrighted work of others must have permission from the creator and/or copyright holder in accordance with Law Number 28 of 2014, besides that Youtube itself has regulated the Copyright Matching Tool. or plagiarism checking tools owned by Youtube.

Keyword: Monetization; License; Royalty; Youtube Platform

* Diterima: 25 Januari 2022, Revisi: 15 Februari 2022, Publish: 7 Maret 2022.

¹ **Martin Eka Dwi Chandra** adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia.

² **Nahrowi** adalah Dosen Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia.

³ **Mara Sutan Rambe** adalah Dosen Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia.

A. PENDAHULUAN

Memasuki era digitalisasi 4.0, masyarakat pada umumnya memiliki perangkat digital yang dapat digunakan untuk keperluan mengakses internet. Untuk melepas penat serta menghindari diri dari kejenuhan akibat aktivitas sehari-hari, masyarakat cenderung melampiaskan dengan berbagai kegiatan sampingan, salah satunya adalah dengan mendengarkan musik dan menonton konten melalui situs ataupun aplikasi Youtube.

Youtube adalah salah satu situs atau dapat juga berupa aplikasi yang sudah terpasang secara otomatis di setiap smartphone berbasis Android yang dapat dinikmati oleh setiap pengguna smartphone secara gratis hanya dengan terhubung ke internet. Selain itu melalui platform Youtube masyarakat dapat menonton para pegiat konten yang membuat beragam video. Youtube merupakan salah satu jejaring media yang memberi informasi konten dalam bentuk video. Pada aplikasi Youtube ini, masyarakat dapat mengunggah video dengan tema apapun dengan jumlah video tak terhingga, dengan syarat memenuhi ketentuan yang dibuat oleh platform Youtube. Setiap konten atau video yang telah diunggah pada situs jejaring Youtube pun akan dapat diakses oleh setiap orang, hal ini lah yang menjadi kelebihan platform Youtube dalam mengenalkan suatu konten mengenai topik apa saja ke seluruh muka dunia.⁴

Dengan segala kemudahan yang diberikan kepada pengguna terdaftar di Youtube membuat masyarakat mengunggah video-video yang mereka buat dan salah satunya merupakan video musik, entah musik video buatan sendiri ataupun dibuat oleh produser tertentu, lagu-lagu yang mereka buat, dan kegiatan cover musik. Seiring dengan berkembangnya pengguna Youtube itu sendiri, semakin banyak masyarakat yang mulai aktif terjun untuk menjadi content creator atau pegiat konten atau disebut juga sebagian pembuat konten. Banyak masyarakat yang mulai menjadi pegiat konten dengan isi konten yang mereka buat seperti video-blog, konten tentang game, konten tentang memasak dan lain sebagainya.

Saat ini, masyarakat cukup tergiur dengan penawaran yang ditawarkan oleh platform Youtube, dengan hanya mengunggah video, dengan tema apa saja, maka dapat mendapatkan keuntungan komersial. Hal ini pun disadari bagi para pengguna Youtube untuk membuat video kreatif ataupun cover lagu atau karya musik yang sedang naik daun di kalangan masyarakat. Tidak hanya cover lagu yang mereka buat, ada juga beberapa yang membuat parodi video

⁴ Fatty Faiqah, dkk, Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar Vidgram, Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No. 2 Juli – Desember 2016, h. 260.

dari musik yang mereka sukai. Namun, masalah mengenai hak cipta pun ditemukan dengan oknum beberapa pihak yang menggunakan lagu yang sedang guna keperluan cover lagu pada platform Youtube tersebut tanpa izin dari pemilik hak cipta atau pemegang hak terkait atas lagu-lagu yang mereka gunakan.

Di samping kemudahan dan penawaran pihak Youtube yang cukup menggiurkan, era globalisasi ini memang memberikan bagi media internet agar dapat diupayakan sebagai salah satu tempat yang sangat menjanjikan untuk menjadi ladang bisnis. Salah satu contohnya di sini adalah monetasi dengan menggunakan AdSense. AdSense merupakan upaya yang dapat dilakukan oleh seseorang demi memaksimalkan pendapatan yang ia peroleh melewati berbagai konten yang ia unggah. Metode AdSense pun memiliki beragam pilihan agar iklan yang ditampilkan mengenai konten yang dimaksud tetap segar dan tetap menarik bagi mata yang melihat konten tersebut. Apabila kita melihat dari segi bisnis, monetasi dengan menggunakan AdSense merupakan sebuah tawaran yang menggiurkan. Hanya dengan membuat konten video dan memonetisasi video tersebut masyarakat bisa mendapatkan keuntungan dalam jumlah besar. Akan tetapi hal tersebut dapat memicu pada pelanggaran hak cipta dan dinilai sebagai perbuatan yang melanggar hukum dalam dunia hukum kekayaan intelektual.⁵

Apabila kita membahas pada karya cipta dan karya seni musik, maka kita harus membahas tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Hak Kekayaan Intelektual sendiri telah diatur dan dilindungi oleh hukum yang ada di Indonesia, terkhusus pembahasan ini hanya menerangkan mengenai hak cipta maka peraturan perundang-undangan yang digunakan adalah Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Dalam Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Hak Cipta menjelaskan bahwa:

“Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.”

Dari uraian pasal di atas dapat diartikan bahwa, setiap karya seni termasuk karya musik dan juga video merupakan sebuah hasil ciptaan si pencipta yang kemudian juga tidak luput pada hak-hak yang timbul secara

⁵ Panji Asoka Rahmat Wiguna, Analisis Kerjasama antara Publisher dan Google AdSense dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam (IAIN) Salatiga, 2017, h. 39.

otomatis atas ciptaan tersebut, yakni hak moral serta hak ekonomi yang dimiliki oleh pencipta atau pemegang hak cipta dan/atau hak terkait.

Hak ekonomi adalah salah satu dari hak eksklusif pencipta atau pemegang hak cipta guna memperoleh suatu keuntungan ekonomis tertentu atas karya cipta tersebut. Apabila kita melihat dari uraian di atas, maka setiap pegiat konten tidak boleh menggunakan karya cipta milik orang lain dengan tidak memiliki izin dari si pemegang hak cipta karena akan mencederai hak moral dan hak ekonomi dari si pemegang hak cipta.

Kegiatan monetisasi apabila merujuk pada peraturan perundang-undangan mengenai hak cipta maka diartikan sebagai kegiatan legal yang dapat dilakukan. Hal ini dikarenakan monetisasi hanyalah seperti media pengiklanan dengan menyelipkan konten-konten ke dalam video yang diunggah ke Youtube. Akan tetapi menjadi berbeda ketika isi dari konten yang kita buat merupakan karya ciptaan orang lain, dengan menggunakan ciptaan orang lain dan belum memperoleh izin dari pihak yang bersangkutan maka kegiatan monetisasi dapat berujung pada pelanggaran hak cipta.

Dalam industri musik, yang berhak dalam memproduksi dan memasarkan serta mendistribusikan sebuah lagu baik dalam bentuk single maupun album adalah si pencipta lagu itu sendiri ataupun pihak produser dari label rekaman tempat si pencipta tersebut bernaung. Seperti yang kita ketahui bahwa biasanya pencipta lagu bekerja di bawah naungan produser label rekaman, mungkin dapat juga ditemukan beberapa pencipta lagu yang independen atau biasa disebut dengan penyanyi indie yang tidak bekerja di bawah label rekaman, akan tetapi menggunakan label rekaman merupakan hal lumrah dalam dunia industri musik guna mempermudah dalam hal perizinan dan periklanan karya musik.

Hasil dari hak ekonomi yang timbul pada suatu karya cipta, baik dalam bidang seni maupun sastra disebut dengan istilah royalti. Royalti mengandung definisi sebagai suatu pembayaran yang wajib dikenakan terhadap pengguna hak cipta atas ciptaan seorang pemegang hak cipta yang ia gunakan. Tarif royalti yang harus dibayar dihitung dengan berdasar pada presentase dari perolehan ekonomis yang didapatkan oleh pengguna hak cipta dengan pula sebelumnya merundingkan suatu kesepakatan bersama dengan pemegang hak

cipta.⁶ Jumlah presentase atas pembagian royalti merupakan kesepakatan antara pencipta dan/atau pemegang hak cipta dengan pengguna hak cipta.

Pencipta karya musik atau lagu sudah seharusnya mempunyai hak eksklusif atas karya ciptanya atas dasar apresiasi telah menciptakan karya cipta, sebab pencipta melalui karya ciptanya telah memperkaya serta memudahkan keseharian hidup masyarakat pemakai. Lagu atau karya musik di dalam kehidupan sehari-hari juga merupakan salah satu fasilitas yang ditawarkan dalam kegiatan usaha penyiaran, restoran, diskotik hingga karaoke.⁷ Apabila dalam penggunaan serta pendistribusian sebuah karya seni musik yang digunakan oleh orang lain, yang selain daripada pemegang hak cipta maupun dari pihak label rekaman, maka perbuatan tersebut merupakan sebuah pelanggaran. Dan peraturan perundang-undangan telah memberikan perlindungan karya cipta termasuk seni musik di dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Adapun karya musik yang diunggah pada platform Youtube pun masih mendapatkan perlindungan dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, karena cakupannya termasuk pada unsur yang dilindungi pada Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana perlindungan hukum karya musik bagi pencipta dan pemegang hak cipta terhadap monetisasi di situs Youtube berdasar pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta? Bagaimana mekanisme monetisasi konten *cover* musik di platform Youtube menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta?

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni penelitian normatif dengan tipe penelitian adalah *library research* (studi kepustakaan) dengan metode penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif dilakukan dengan cara

⁶ Copyright Royalties for Music and Sound Recordings, Chapter 5. US. Congress, Office of Technology Assesment, Copyright and Home Copying: Technology Challenges the Law, OTACTT-422, Government Printing Office, Washington DC, October 1989

⁷ Eddy Damian, Hak kekayaan Intelektual-Suatu Pengantar, (Bandung: PT Alumni, 2002), h. 120.

meneliti bahan pustaka atau data sekunder.⁸ Berdasarkan sifat dari jenis penelitian yang dipilih, Penulis melakukan studi kepustakaan dalam memperoleh data. Yang dimaksud dengan studi kepustakaan adalah metode pengumpulan bahan-bahan pustaka sebagai sumber utama dalam sebuah penulisan. Data penelitian utama yang digunakan dalam studi adalah Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dalam Nasional dan Internasional.

C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Karya Musik bagi Pencipta dan/atau Pemegang Hak Cipta terhadap Monetisasi di Youtube Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Perlindungan hukum adalah upaya yang disediakan oleh peraturan perundang-undangan guna memberikan perlindungan terhadap hak seseorang dan/atau badan hukum sebagai subjek hukum, dengan cara memberikan kuasa terhadap perlindungan hak yang dimaksud kepada pihak lain dengan maksud memberikan perlindungan terhadap hak tersebut. Dalam hal perlindungan hukum atas hak cipta, objek dalam perlindungan adalah ciptaan atau hasil karya dari pencipta, yang berupa karya cipta dalam bidang seni, sastra, dan ilmu pengetahuan.⁹

Adapun ciptaan yang memperoleh hak cipta tidak berhenti pada klasifikasi yang diterangkan pada Pasal 40 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta saja, melainkan, terdapat kriteria lebih lanjut mengenai ciptaan atau karya cipta yang sudah diklasifikasikan di atas agar mendapatkan hak cipta selayaknya diatur oleh peraturan perundang-undangan di Indonesia dengan memenuhi standarisasi sebagai berikut, (1) memiliki perwujudan yang nyata, yakni, ciptaan yang diberikan perlindungan hak cipta adalah ciptaan yang sudah berwujud dan bukan berbentuk ide ataupun konsep abstrak; (2) mengandung unsur keaslian, yakni, karya cipta yang memperoleh perlindungan merupakan karya cipta yang asli dan memiliki nilai keunikan dan kekhasan tersendiri; dan (3) didalamnya terdapat kandungan kreatifitas sebagai prakarsa

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), h. 13.

⁹ Arif Lutviansori, *Hak Cipta dan Perlindungan Folklor di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 65.

si pencipta yang membuat ciptaan tersebut memiliki penilaian kreatif dan dapat dinilai bahwa ciptaan yang dimaksud adalah karya asli.¹⁰

Terdapat definisi pada tiap pihak yang bersangkutan dalam perolehan hak cipta lagu atau karya musik, yaitu:

1. Pemilik hak cipta atau pencipta, merupakan seorang pencipta dari lagu atau karya musik yang ia ciptakan dan memiliki hak eksklusif untuk melakukan eksploitasi atau bentuk penggandaan atau karya ciptanya.¹¹ Bagi pihak-pihak yang hendak menggunakan karya ciptanya baik untuk kepentingan pribadi dan/atau pemanfaatan secara komersial, maka diwajibkan untuk meminta izin dan memperoleh persetujuan dari pencipta;
2. Pemegang hak cipta atau *publisher*, merupakan pihak baik orang maupun Lembaga instansi yang memiliki hak untuk menerbitkan karya music dari si pencipta, hak ini melekat pada pencipta dan/atau dialihkan kepada penerbit musik supaya dapat memaksimalkan penerbitan dan pemasaran bagi karya musik tersebut;¹²
3. Pengguna hak cipta atau *user*, merupakan pihak yang menggunakan ciptaan guna melakukan tindakan memperbanyak, mengumumkan, dan/atau menerbitkan karya musik baik dilakukan dengan maksud kepentingan pribadi dan/atau untuk keperluan komersial.¹³

Karya musik diakui perlindungan hukum hak ciptanya pertama kali pada Paris Convention, yang mana juga merupakan pengaturan pertama mengenai perlindungan atas karya seorang pencipta yang diakomodir oleh konvensi internasional.¹⁴ Negara anggota dari konvensi ini sebagai konsekuensi mereka atas label nama 'anggota' yang melekat daripada konvensi tersebut, maka diwajibkan untuk tunduk dan patuh terhadap Paris Convention serta memiliki kewajiban untuk menyesuaikan aturan nasional negara mereka dengan isi dari konvensi tersebut.

¹⁰ Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010), h. 45.

¹¹ Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenal HAKI*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 14.

¹² Ade Uswatun Sitorus, *Hak Cipta dan Perpustakaan*, Jurnal Iqra' Volume 09, No. 2, Oktober 2015, h. 254.

¹³ Hulman Panjaitan, *Penggunaan Karya Cipta Musik dan Lagu Tanpa Izin dan Akibat Hukumnya*, Jurnal Hukum to-ra, Vol. 1 No. 2, Agustus 2015, h. 116.

¹⁴ Achmad Zen Umar Purba, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, (Bandung: Alumni, 2005), h. 7.

Pengaturan mengenai pemberian larangan atas perbuatan komersialisasi terhadap suatu ciptaan seorang pencipta dapat ditemukan pada Berne Convention. Berne Convention pada hakikatnya memberi penegasan bahwa setiap kegiatan penerjemahan, segala jenis adaptasi, ataupun Tindakan aransemen pada karya musik juga dibawah lingkup perlindungan hak cipta sebagaimana diberikan pada karya seni dan karya literatur.¹⁵ Pun terdapat pasal yang mengatur bahwa setiap karya seorang pencipta yang digunakan dengan maksud untuk memperoleh keuntungan komersial oleh pihak lain, maka pencipta berhak atas kompensasi yang bernilai ekonomis.

Kesadaran Indonesia akan perlindungan hukum terkait hak cipta semakin terlihat pada pasca Indonesia sepakat untuk ikut turut serta tunduk pada wadah organisasi World Trade Organization (WTO). Di dalam General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) terdapat pengaturan kebijakan mengenai hak cipta yang juga merupakan *single undertaking* dari GATT, yakni *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS Agreement).¹⁶ Dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Establishing of the World Trad Organization (WTO) maka sejak itu pula Indonesia memiliki kewajiban untuk tunduk pada setiap pengaturan yang ada di dalam WTO, termasuk salah satunya TRIPS Agreement.

Pasca persetujuan TRIPS Agreement, Indonesia menyesuaikan aturan nasionalnya mengenai hak cipta dengan mengadakan amandemen terhadap undang-undang hak cipta yang pada saat itu berlaku menjadi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dalam menunaikan aksi monetisasi, yakni, komersialisasi pada suatu karya yang diunggah di media internet baik menggunakan sebagian atau seluruh ciptaan orang lain, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta membolehkan kegiatan tersebut dengan persyaratan tertentu. Persyaratan ini diantaranya dengan tetap mencantumkan nama si pencipta asli, yang merupakan konsekuensi logis dari adanya pengaturan mengenai hak moral terhadap pencipta karya tersebut.

Royalti merupakan kompensasi yang diberikan oleh pihak yang hendak melakukan kegiatan komersialisasi terhadap karya cipta pencipta dan/atau pemegang hak terkait untuk dapat memanfaatkan secara ekonomis

¹⁵ Article 2 (3) Berne Convention: "*Translations, adaptations, arrangements of music and other alterations of a literary or artistic work shall be protected as original works without prejudice to the copyright in the original work.*"

¹⁶ Siti Munawaroh, *Peranan TRIPS (Trade Related Apects of Intellectual Property Rights) terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual di Bidang Teknologi Informasi di Indonesia*, Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, Volume XI No. 1, Januari 2006, h. 23.

ataupun sekadar menggunakan karya cipta tersebut.¹⁷ Singkatnya, royalti adalah kompensasi atas pemanfaatan suatu hak cipta dan/atau hak terkait yang mendatangkan manfaat ekonomis serta wajib diberikan kepada pencipta dan/atau pemegang hak terkait. Besaran royalti disesuaikan dengan kesepakatan bersama antara pihak yang hendak melakukan komersialisasi atau pengguna hak cipta dengan pencipta dengan mempertimbangkan standarisasi tertentu dan diperjanjikan hitam di atas putih¹⁸, baik dalam bentuk akta otentik ataupun perjanjian di bawah tangan.

Di dalam suatu ciptaan, terdapat hak eksklusif yang nilainya tidak akan luput sampai kurun waktu 70 tahun sesuai sang pencipta menutup usia. Hak eksklusif lahir dengan sendirinya secara otomatis pada saat yang bersamaan dengan ciptaan tersebut berwujud yang riil berdasarkan prinsip deklaratif. Hak moral dan hak ekonomi sebagai hak-hak yang terkandung pada hak eksklusif suatu ciptaan berhak dikuasai oleh pencipta dan/atau pemegang hak cipta. Hak moral adalah hak untuk tetap menaruh atau tidak menaruh nama pencipta pada tiap salinan ciptaan yang disebarluaskan secara meluas di masyarakat; memilih untuk memakai nama alias atau nama samaran sebagai identitas pencipta yang dibubuhi pada ciptaan; melakukan perubahan atas ciptaannya sesuai dengan standar kepatutan; mengadakan perubahan pada tajuk dan anak tajuk ciptaan; dan mempertahankan haknya dalam hal terjadi hal-hal yang mengakibatkan kerusakan pada ciptaan, serta hal-hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasi dari si pencipta.¹⁹

Adapun ruang lingkup bagi hak ekonomi bagi pencipta dan/atau pemegang hak terkait adalah dengan menerbitkan ciptaan; menggandakan ciptaan; menterjemahkan ciptaan; mengadaptasikan, mengaransemen, atau mentransformasi ciptaan; mendistribusi ciptaan atau salinannya; mempertunjukkan ciptaan; mengumumkan ciptaan; mengkomunikasikan ciptaan; dan menyewakan ciptaan kepada pihak lain.²⁰

¹⁷ Edward James Sinaga, *Pengelolaan Royalti atas Pengumuman Karya Cipta Lagu dan/atau Musik (Royalty on the Management of Copyright Songs and Music)*, Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum, Volume 14, Nomor 3, November 2020, h. 556.

¹⁸ Antonio Rajoli Ginting, *Peran Lembaga Manajemen Kolektif Nasional dalam Perkembangan Aplikasi Musik Streaming*, Jurnal Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Volume 13, Nomor 3, November 2019, h. 392.

¹⁹ Hendra Tanu Atmadja, *Konsep Hak Ekonomi dan Hak Moral Pencipta Menurut Sistem Civil Law dan Common Law*, Jurnal Hukum Nomor 23, Volume 10, Mei 2003, h. 162.

²⁰ Eddy Damian, *Hukum Hak Cipta menurut Beberapa Konvensi Internasional*, (Bandung: Alumni, 2003, h. 63.

Mekanisme untuk mendapatkan perizinan, pemerolehan lisensi dan pemberian royalti terhadap pencipta dan/atau pemegang hak terkait oleh pengguna hak cipta merupakan metode pemenuhan hak ekonomi pencipta. Dengan tak luput juga untuk tak menghapuskan hak moral di dalamnya, yakni dengan selalu menyertakan nama pencipta, tidak mengubah dan melakukan modifikasi tanpa seizin pencipta. Perolehan izin ialah bentuk pemenuhan hak moral bagi pencipta dan/atau pemilik hak terkait, adapun kewajiban untuk membayar kompensasi terhadap ciptaan yang digunakan dan/atau dikomersialisasikan merupakan bentuk pemenuhan hak ekonomi bagi pencipta dan/atau pemegang hak terkait.

Apabila disandingkan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta memberikan perubahan yang berdampak pada perlindungan hak cipta terhadap pencipta dan/atau pemegang hak terkait. Pertama, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta tidak mengatur mengenai Lembaga Manajemen Kolektif, suatu lembaga yang bertugas dalam hal menghimpun dan mendistribusikan royalti serta memiliki wewenang untuk memberikan atau tidak memberikan izin lisensi, dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta baru ditemukan istilah Lembaga Manajemen Kolektif yang diartikan pada Pasal 1 Angka 22 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang berbunyi: *“Lembaga Manajemen Kolektif adalah institusi yang berbentuk badan hukum nirlaba yang diberi kuasa oleh Pencipta, Pemegang Hak Cipta, dan/atau pemilik Hak Terkait guna mengelola hak ekonominya dalam bentuk menghimpun dan mendistribusikan royalti.”*

Pasal 1 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 36 Tahun 2018 tentang Tata Cara Permohonan dan Penerbitan Izin Operasional serta Evaluasi Lembaga Manajemen Kolektif mengatur bahwa Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) merupakan lembaga bantu pemerintah non APBN yang mendapatkan kewenangan atribusi dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan atas dasar tersebut maka memiliki wewenang untuk dapat melakukan kegiatan dalam hal menghimpun, menarik serta mendistribusikan royalti dan juga melakukan pengelolaan atas kepentingan hak ekonomi dari pencipta dan/atau pemegang hak terkait di bidang lagu dan/atau musik.²¹ Dengan begitu, Lembaga Manajemen Kolektif memiliki kewenangan dalam hal penarikan hak ekonomi dari pihak atau

²¹ Antonio Rajoli Ginting, *Peran Lembaga Manajemen Kolektif Nasional dalam Perkembangan Aplikasi Musik Streaming*, Jurnal Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Volume 13, Nomor 3, November 2019, h. 391.

pengguna yang melakukan kegiatan komersialisasi suatu karya lagu dan/atau musik. Adanya Peraturan Menteri ini menyelaraskan berbagai Lembaga Manajemen Kolektif (LMK) yang ada di Indonesia, untuk dapat menyetujui pengesahan satu Lembaga Manajemen Kolektif yang ada di Indonesia demi menghilangkan keambiguitas dan tercapainya kepastian hukum mengenai wadah penghimpunan dan pendistribusian royalti karya cipta di Indonesia.

Sebelum adanya Peraturan Menteri ini, terdapat delapan Lembaga Manajemen Kolektif yang beroperasi dan aktif di Indonesia, mereka antara lain adalah Karya Cipta Indonesia (KCI), Wahana Musik Indonesia (WAMI), Royalti Anugerah Indonesia (RAI), Sentra Lisensi Musik Indonesia (SELMI), Perlindungan Hak Penyanyi dan Pemusik Rekaman Indonesia (PAPPRI), Anugerah Royalti Dangdut Indonesia (ARDI), Anugerah Royalti Musik Indonesia (ARMINDO), dan Star Music Indonesia (SMI). Persetujuan atas kesepakatan pembentukan Lembaga Manajemen Kolektif Nasional menjadi jalur satu pintu diadakan pada Deklarasi Bali guna perwujudan pengelolaan, penghimpunan serta pendistribusian royalti musik yang lebih terarah, terstruktur, transparan, adil dan efisien.²²

Tidak hanya diatur dalam aturan nasional, namun dalam pengaturan Internasional pun ditemukan bahwa memang terdapat kewajiban yang harus dilakukan apabila hendak melakukan kegiatan komersialisasi terhadap suatu karya hak cipta, yaitu dengan mendapat izin serta pencipta memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi berupa pemrolehan royalti atas karyanya yang dikomersialisasikan tersebut. Hak ini dapat dilihat pada Berne Convention²³ dan TRIPS Agreement.²⁴

²² Rinitami Njatrijani, dkk, *Era Digital Melahirkan Peran Baru, Aggregator Musik dalam Mendistribusikan Karya Cipta Lagu dan Musik*, Diponegoro Private Law Review, Vol. 7, No. 1, Februari 2020, h. 697.

²³ Article 13 (3) Berne Convention: "Recordings made in accordance with paragraphs (1) and (2) of this Article and imported without permission from the parties concerned into a country where they are treated as infringing recordings shall be liable to seizure."

²⁴ Article 14 (1) TRIPS Agreement: "In respect of a fixation of their performance on a phonogram, performers shall have the possibility of preventing the following acts when undertaken without their authorization: the fixation of their unfixed performance and the reproduction of such fixation. Performers shall also have the possibility of preventing the following acts when undertaken without their authorization: the broadcasting by wireless means and the communication to the public of their live performance."

Article 14 (2) TRIPS Agreement: "Producers of phonograms shall enjoy the right to authorize or prohibit the direct or indirect reproduction of their phonograms."

Article 14 (3) TRIPS Agreement: "Broadcasting organizations shall have the right to prohibit the following acts when undertaken without their authorization: the fixation, the

Sejatinya, tugas dan fungsi Lembaga Manajemen Kolektif dapat dinilai mendatangkan kemaslahatan bagi masyarakat, terutama kepada para pencipta dan/atau pemilik hak terkait dalam bidang karya musik, adanya Lembaga Manajemen Kolektif sebelum adanya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta cukup bervariasi dan mendatangkan pertanyaan polemik di tengah-tengah masyarakat mengenai lembaga yang sesungguhnya memiliki wewenang sebagai penghimpun, penyalur dan pendistribusian royalti. Penulis melihat, dengan segala kemasalahan yang didatangkan oleh Lembaga Manajemen Kolektif, maka fungsi hukum tercapai dengan menciptakan keadilan bagi pencipta dan/atau pemilik hak terkait, menciptakan kepastian hukum mengenai kewenangan Lembaga Manajemen Kolektif, serta kemanfaat hukum, sebagaimana diutarakan oleh Jeremy Bentham bahwa hukum harus dapat membawa kemanfaatan dan/atau kemaslahatan kepada sebanyak-banyaknya orang (*the ultimate end of legislation is the greatest happiness of the greatest number*).²⁵

Kekosongan hukum lainnya yang ditemukan pada peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan hak cipta di Indonesia ialah pada Peraturan Bersama Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dan Menteri Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2015 dan Nomor 26 Tahun 2015 Tentang Pelaksanaan Penutupan Konten dan/atau Hak Akses Pengguna Pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait Dalam Sistem Elektronik mengakomodir segala laporan yang diterima mengenai pelanggaran terhadap hak cipta yang ditemukan pada platform digital dengan hasil akhir berupa penutupan hak konten dan/atau hak akses terhadap yang bersangkutan dengan terlebih dahulu melakukan verifikasi antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual berkoordinasi dengan tenaga ahli di bidang Teknologi Informasi. Namun, aturan ini masih menyandarkan pada laporan delik aduan secara manual dari orang-perorangan yang dinilai tidak efektif dan tidak ada kerja sama dengan pihak platform Youtube. Penulis melihat bahwa perlu adanya koordinasi antar lembaga negara dengan platform Youtube selaku media jejaring yang menyebarluaskan konten video dengan cepat.

reproduction of fixations, and the rebroadcasting by wireless means of broadcasts, as well as the communication to the public of television broadcasts of the same. Where Members do not grant such rights to broadcasting organizations, they shall provide owners of copyright in the subject matter of broadcasts with the possibility of preventing the above acts, subject to the provisions of the Berne Convention (1971)."

²⁵ Zainuddin Ali, *Filsafat Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 59.

Menengok pengaplikasian perlindungan hak cipta yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Penulis mendapati beberapa teori yang terkandung di dalam kebijakan tersebut. Pertama, *reward theory*, yang memiliki arti bahwa setiap ciptaan yang telah diciptakan oleh pencipta perlu diberikan apresiasi sebagai bentuk penghargaan karena sudah melakukan segala upaya dalam menciptakan suatu karya cipta. Kedua, *recovery theory*, di mana, dalam menciptakan suatu ciptaan, si pencipta telah mengeluarkan banyak waktu, energi, pikiran, bahkan uang, maka, perlindungan dan imbalan yang setimpal perlu diberikan kepada si pencipta. Ketiga, *incentive theory*, teori ini mengandung arti bahwa setiap upaya kreativitas yang sudah dicurahkan oleh pencipta perlu untuk diberikan insentif kepada si pencipta tersebut, insentif ini diberikan agar pencipta merasa dihargai atas pencapaiannya dan mendorong diri pencipta untuk menciptakan karya-karya yang lain. Keempat, *risk theory*, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menaruh cukup perhatian pada teori resiko ini, maka dari itu, diberikan perlindungan yang maksimal oleh undang-undang ini. Dan kelima, *the stimulus of the economic growth theory*, yang bermakna bahwa keberadaan perlindungan hukum yang diberikan kepada hak kekayaan intelektual, dalam hal ini ialah hak cipta dapat menunjang pembangunan ekonomi negara.²⁶

2. Mekanisme Monetisasi Hak Cipta pada Platform Youtube

Kemudahan era jejaring memberikan dampak yang bermanfaat bagi kehidupan. Platform jejaring yang menawarkan segala bentuk konten, dari yang berbentuk edukasi sampai hiburan disediakan oleh Youtube, ialah platform media jejaring dengan berbasis video yang dimiliki oleh Google. Keberadaan platform Youtube kian merajalela dan memonopoli media sosial yang berbasiskan video (*video sharing*) saat memasuki tahun 2005, dengan pengenalan pembuatan konten berupa *video blogging*.²⁷ Segala pembuatan konten berupa video ataupun suara dapat diunggah oleh siapa saja dan diakses oleh siapa saja di dunia ini. Hal ini tentu menguntungkan bagi pembuat konten (*creator*) dengan pendapatan masuk yang ia dapatkan dan hiburan bagi penonton. Kini, posisi video blogging menempati presentase 40% dari keseluruhan presentase video yang ada di Youtube. Posisi dominan ini turut

²⁶ Kholis Roisah, *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Malang: Setara Press, 2015), h. 28.

²⁷ Edy Chandra, *Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 1 No. 2, h. 407.

didukung dengan pembuatan konten *video blogging* yang tidak membutuhkan perangkat khusus, sebab berisi hobi dan kegiatan sehari-hari.

Keuntungan berupa pemasukan yang diperoleh oleh pembuat konten (*creator*) adalah dengan memaksimalkan jumlah *viewers* dan *subscriber* yang mengakses video unggahan mereka di platform youtube.²⁸ Keuntungan dapat dimaksimalkan lebih dengan menggunakan metode pendaftaran akun platform youtube mereka pada Google AdSense. Google AdSense sama dengan media periklanan yang berada dibawah perusahaan Google yang berfungsi memasarkan iklan-iklan tertentu apabila kita selaku pengguna internet sedang melakukan pencarian dengan keyword tertentu sesuai dengan kesepakatan antara pembuatan konten dengan media Google AdSense. Google AdSense menawarkan pendapatan yang lebih besar dengan ditentukan oleh *cost per mille* (CPM) yang didapatkan oleh seorang pembuat konten pada setiap kelipatan 1000 view pada konten video yang diunggah oleh pembuat konten. Setiap pembuatn konten yang mencapai kriteria subscriber tertentu pun mendapat fasilitas tambahan dari Youtube, berupa kategori *diamond, gold, silver, bronze, opa, dan graphite*. Tentunya, masing-masing kategori mendapatkan fasilitas divergen yang diberikan oleh Youtube.

Pengertian dari monetisasi mengandung unsur kegiatan mengelola suatu konten atau banyak konten agar dapat menjadi mesin penghasil uang. Kegiatan monetisasi tidak dilarang hukumnya, selama memenuhi kriteria originalitas video atau apabila mereka ulang dan/atau memodifikasi terhadap video yang sudah ada sebelumnya, maka terdapat kewajiban untuk memperoleh izin terlebih dahulu kepada pencipta dan/atau pemilik hak terkait. Bagaimanapun, dalam hukum hak cipta, pencipta dan/atau pemilik hak terkait memiliki hak eksklusif yang melekat pada dirinya selaku pemegang hak cipta dari ciptaan atau karya ciptanya. Hak eksklusif ini terbagi menjadi dua, yaitu hak moral dan hak ekonomi yang salah satu dari keduanya tidak menghapus hak-hak yang dimiliki antar satu dengan yang lain.

Upaya platform Youtube dalam memberikan proteksi hak cipta terhadap pencipta dan/atau pemilik hak terkait salah satunya dengan merumuskan pengaturan mengenai ketentuan yang harus dipenuhi apabila

²⁸ Bernard Realino Danu Kristianto dan Rustono Farady Marta, *Monetisasi dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu SKAK melalui Video Blog Youtube*, Jurnal Lugas Vol. 3, No. 1, Juni 2019, h. 46.

hendak melakukan monetisasi video pada platform Youtube, ketentuan tersebut antara lain sebagai berikut.²⁹

1. Originalitas video yang diunggah. Bentuk tanggung jawab platform apabila menemukan ketidakaslian pada suatu video yang diunggah, maka akan mengambil langkah tegas. Penilaian atas originalitas video ini dengan menggunakan sistem Copyright Matching Tool. Copyright Matching Tool merupakan sistem yang disediakan oleh platform Youtube yang berfungsi untuk menemukan kecocokan antara video yang diunggah oleh pembuat konten dengan video yang sudah hadir di platform youtube.³⁰ Singkatnya, Copyright Matching Tool bagai alat pendeteksi plagiarisme namun untuk konten video pada platform youtube.
2. Selama dua belas bulan terakhir, video telah ditonton oleh khalayak umum selama 4000 jam.
3. Program monetisasi Youtube dan/atau program partner Youtube tersedia di negara di mana pemohon pembuat konten mengajukan permohonan monetisasi.
4. Pembuat konten bersedia untuk tunduk dan patuh terhadap setiap kebijakan monetisasi yang dikeluarkan oleh platform Youtube. Kebijakan monetisasi youtube meliputi antara lain
 - a. Pedoman komunitas. Platform Youtube merancang pedoman komunitas untuk memastikan setiap komunitas merasa dilindungi haknya dengan keberadaan platform Youtube sebagai media sosial penyedia video terbesar di dunia. Aturan mengenai pedoman komunitas berisi (1) interaksi palsu; (2) peniruan identitas; (3) link dalam konten, (4) spam, praktik penipuan, dan scam; (5) konten keselamatan anak, (6) *thumbnail custom*, (7) konten ketelanjangan dan seksual, (8) bunuh diri dan menyakiti diri sendiri, (9) konten kekerasan berupa pelecehan dan *cyberbullying*, (10) konten berisiko dan berbahaya, (11) ujaran kebencian, (12) organisasi kejahatan yang melakukan kekerasan, (13) konten kekerasan dan vulgar, (14) kebijakan misinformasi tentang COVID-19, (15) konten yang

²⁹ Lihat Persyaratan Kelayakan Minimum untuk melakukan monetisasi pada akun Youtube pada laman <https://support.google.com/adsense/answer/72851?hl=id>

³⁰ Lihat Kebijakan platform Youtube mengenai Copyright Matching Tool pada laman <https://support.google.com/youtube/answer/7648743?hl=en>

menampilkan senjata api, dan (16) penjualan arang ilegal atau yang diatur peredarannya.³¹

- b. Persyaratan layanan. Bagian ini menjelaskan bagaimana hubungan platform Youtube selaku penyedia wadah media sosial dengan pembuat konten selaku partner penyedia video. Penyedia layanan dibawah koordinasi Google dengan beerafiliasi dengan perusahaan anak perusahaan Alphabet, platform Youtube pun selalu memastikan bagi calon pembuat konten untuk sadar akan setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh Youtube mengenai kebijakan hak cipta, kebijakan periklanan, dan pedoman komunitas yang ketiga selalu ditampilkan di muka perjanjian antara pihak Youtube dan pihak pembuat konten. Tidak hanya itu, platform Youtube pun mengatur mengenai persyaratan usia spesifik yang berbeda bagi tiap-tiap negara yang ditujukan bagi pembuat dan/atau calon pembuat konten, apabila anak di bawah umur hendak berpartisipasi, maka diharuskan untuk mendapatkan izin dari orang tua atau wali terlebih dahulu. Pembuat konten juga dapat mendaftarkan akun Youtube atas nama organisasi atau perusahaan kepada pihak Youtube yang nantinya akan diberikan akun berbasis bisnis.³²
- c. Persyaratan Hak cipta. Dlam merumuskan persyaratan terkait hak cipta, platform Youtune melarang segala bentuk penggunaan dan/atau pengunggahan video yang bukan milik sendiri dan/atau video yang didapatkan dari orang lain namun tidak dengan seizin pencipta dan/atau pemilik hak terkait yang dimaksud. Video di sini diartikan sebagai karya musik dengan atau tanpa lirik, program tertentu yang berhak akan hak cipta, atau video yang dibuat dan/atau dimiliki oleh orang lain yang digunakan dan/atau diunggah tanpa seizin pencipta dan/atau pemilik hak terkait. Platform Youtube pun membolehkan penggunaan suatu video yang dilindungi oleh hak cipta dengan tanpa seizin pencipta dan/atau pemilik hak terkait dengan catatan digukana dengan metode penggunaan secara wajar. Pengaturan mengenai penggunaan wajar ini diserahkan kepada berbagai tentang batasan-batasan sampai

³¹ Lihat aturan dan kebijakan mengenai Pedoman Komunitas platform Youtube pada laman <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

³² Lihat kebijakan persyaratan layanan atau *Terms of Service* platform Youtube pada laman <https://www.youtube.com/static?template=terms>

mana suatu ciptaan dapat dipergunakan oleh orang lain tanpa seizin pencipta dan/atau pemilik hak terkait. Selain itu, Youtube juga menyediakan Alat Pengelolaan Hak Cipta Youtube yang berfungsi sebagai media pengajuan klaim atas hak cipta dari suatu karya yang telah dibuat oleh seseorang. Dalam praktiknya, apabila ditemukan pencipta dan/atau pemilik hak terkait yang mengajukan keluhan terkait hak cipta dan keluhan tersebut terbukti valid oleh pihak Youtube³³, maka, Youtube akan mengeluarkan teguran hak cipta sebanyak tiga kali dalam rangka waktu sembilan puluh hari untuk menindak laporan akan plagiarisme tersebut. Jika sudah lebih dari tenggat waktu yang diberikan namun tidak ada iktikad baik dari termohon, dalam hal ini yang diduga dalam melaksanakan pelanggaran hak cipta, maka akun beserta semua channel miliknya akan dihapus secara otomatis oleh mesin Youtube.³⁴

- d. Kebijakan program Google AdSense. Program Google AdSense adalah program yang turut membantu pembuat konten dalam mengiklankan konten yang mereka buat pada laman pencarian Google dengan kata kunci tertentu yang disepakati bersama antara pembuat konten dengan pihak Youtube. Kebijakan dalam program Google AdSense antara lain: (1) pembuat konten dilarang melakukan klik sendiri terhadap konten yang ia buat, (2) mendorong khalayak umum untuk melakukan klik atas iklan yang disediakan oleh Google AdSense namun dengan penawaran kompensasi tertentu, (3) Youtube melarang setiap pembuat konten untuk meletakkan kode Google AdSense pada halaman yang dikategorikan berseberangan dengan Kebijakan Penayangan Google³⁵, (4) pembuat konten dilarang untuk menempatkan iklan tautan videonya pada situs yang menyesatkan, (5) pembuat konten yang menggunakan format ads.txt pada laman domainnya, maka perlu untuk memastikan apakah mereka benar adalah pemilik yang

³³ Notifikasi atas aduan dugaan pelanggaran hak cipta disambungkan kepada Digital Millenium Copyright Act (DMCA).

³⁴ Lihat aturan dan kebijakan mengenai Hak Cipta platform Youtube pada laman <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/#support-and-troubleshooting>

³⁵ Kebijakan Penayangan Google terdiri atas pelarangan atas penayangan konten ilegal, penyalahgunaan kekayaan intelektual, spesies langka atau terancam punah, konten yang berbahaya atau menghina, memberikan fasilitas atas perilaku yang tidak jujur, konten yang menyesatkan, software yang berbahaya atau tidak diinginkan, konten seksual vulgar, pengantin pesanan, tema dewasa dalam konten keluarga, eksploitasi dan pelecehan seksual terhadap anak-anak.

berhak atas inventaris tersebut, (6) penempatan iklan Google Adsense dengan terlebih dahulu memperhatikan apakah laman pencarian tersebut patuh akan Pedoman Kualitas Halaman Landing Google, (7) pemasangan dan/atau modifikasi atas pemasangan iklan tidak menimbulkan kerugian, (8) penempatan iklan sesuai dengan Kebijakan Penempatan Iklan, (9) bagi situs laman pencarian yang dijadikan tempat periklanan bagi Google Adsense, tidak boleh melakukan modifikasi dan/atau mengalihkan klik pada situs lain dan/atau tindakan lain yang dapat menngganggu navigasi situs, dan (10) dilarang menciptakan navigasi situs yang menipu.³⁶

5. Pembuat konten memiliki akun Google Adsense dan bersedia menautkan akun Youtube dirinya dengan akun Google Adsense yang ia miliki. Program afiliasi platform dengan akun Google Adsense merupakan bentuk periklanan yang dilakukan oleh Google dengan bekerja sama dengan pembuat konten untuk selanjutnya iklan video si pembuat konten akan ditampilkan pada laman pencarian Google pada kata kunci tertentu. Cara kerja Google Adsense memiliki banyak metode, tergantung pada kesepakatan antara pihak Google Adsense dan pembuat konten untuk menggunakan metode yang menurut mereka paling efektif. Berikut merupakan metode-metode yang disediakan oleh Google Adsense sebagai media periklanan website dan/atau akun Youtube:
 - a. Metode Pay Per Click (PPC), yaitu si pembuat video akan mendapatkan keuntungan ekonomis pada setiap klik yang mereka hasilkan dari iklan yang telah dipasang oleh Google.
 - b. Metode Pay Per Views (PPV), yaitu keuntungan ekonomis yang didapatkan setiap terakumulasi terdapat penambahan jumlah penonton pada konten yang dibuat.³⁷
 - c. Metode Adsense for Content, yaitu metode periklanan yang paling direkomendasikan. Program ini berjalan dengan cara memberikan iklan yang sesuai dan cocok pada setiap konten yang dicari oleh pihak lain pada laman pencarian Google.

³⁶ Lihat kebijakan mengenai program tautan Google Adsense platform Youtube pada laman <https://support.google.com/adsense/answer/48182?ctx=checklist>

³⁷ Budi Sutedjo Dharma Oetomo dan C. Jarot Priyogutomo, *Jargon e-Business*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), h. 155.

- d. Metode AdSense for Search, yaitu pemasangan situs pencarian Google pada laman website mereka, pada setiap pencarian yang dilakukan pada kotak pencarian Google yang ada di website mereka pada akan mendapatkan keuntungan ekonomis. Metode ini tidak diarahkan untuk para pembuat konten Youtube, namun untuk para pembuat konten website yang hendak memonetisasi website mereka.
- e. Metode AdSense for Referral, yaitu program yang disediakan oleh Google AdSense dengan cara si pembuat konten atau pemilik website akan mendapatkan pemasukan pada setiap klik dan tindakan-tindakan tertentu yang dilakukan oleh pengunjung laman iklan. Metode ini mengharuskan penyelesaian pekerjaan bagi tiap pengunjung laman ilan untuk tidak hanya menekan tombol klik pada iklan yang disediakan, namun juga perlu penyelesaian tindakan tertentu yang diarahkan oleh laman iklan tersebut.
- f. Metode AdSense for Feeds, yaitu metode periklanan dengan mencantumkan iklan pada konten feed blog atau feed website. Metode ini ditujukan untuk para pembuat konten untuk blog atau website dengan terlebih dahulu melakukan pendaftaran feed dengan akun Google.
- g. Metode AdSense for Mobile, yaitu metode periklanan yang hanya dapat digunakan bagi pembuat konten pada blog atau website yang hanya dapat diakses melalui wap atau dengan telepon genggam.
- h. Metode AdSense for Videos, yaitu metode periklanan dengan mencantumkan konten video Youtube pada situs atau laman pencarian tertentu. Pemasukan dana akan didapatkan pada setiap penonton ilan video tersebut sampai selesai.
- i. Metode AdSense for Domains, yaitu metode periklanan yang disediakan oleh Google AdSense dengan cara menempatkan domain situs website yang dimiliki pada laman pencarian Google. Metode adsense ini ditujukan untk para pembuat konten pada website dan blog.³⁸

Pada syarat-syarat di atas, Penulis menemukan bahwa perhatian platform Youtube atas perlindungan hak cipta dinilai cukup ketat. Youtube

³⁸ Dedy Rusdianto, *Adsense Weapons*, (Bandung: Oase Media, 2010), h. 17.

mewajibkan setiap konten video yang hendak digunakan kembali oleh pihak lain untuk mendapat perizinan dari pihak pencipta dan/atau pemilik hak terkait yang berhak atas konten video tersebut. Youtube bahkan menyediakan alat pendeteksi plagiarisme bagi video yang akan diunggah untuk melihat apakah ada kesesuaian atau kemiripan dengan video yang sudah ada di Youtube.

Teori penggunaan sewajarnya atau *fair use doctrine* menurut Prof. Eddy Damian merupakan kebolehan dalam pengaturan hukum hak cipta bagi pihak ketiga atau pengguna ciptaan untuk melakukan eksploitasi atau menggunakan ciptaan dengan tanpa memerlukan izin dari pencipta dan/atau pemilik hak terkait, selama digunakan dalam batas-batas yang diperkenankan.³⁹

Teori penggunaan sewajarnya digunakan sebagai pemberian kebebasan pada pihak pengguna hak cipta, tanpa meminta izin dari pencipta atau pemilik hak terkait namun digunakan dengan bertanggung jawab dan terbatas penggunaannya hanya dalam bidang pendidikan dan penelitian serta digunakan tidak untuk mendapatkan keuntungan komersial. Definisi ini Penulis artikan secara bebas dari teks pengaturan atas penggunaan sewajarnya ditemukan pertama kali pada Article 9 Berne Convention yang berbunyi: *"It shall be a matter for legislation in the countries of union to permit the reproduction does not conflict with a normal exploitation of the work and does not unreasonably prejudice the legitimate interest of the author."*

Peneliti pun turut menggunakan aturan Copyright Act 1976 Amerika Serikat sebagai bentuk perbandingan bahwa definisi atas penggunaan yang sewajarnya pada tiap negara berbeda-beda. Amerika Serikat melalui Pasal 107 Copyright Act 1976 mengatur bahwa terdapat empat faktor yang dijadikan pertimbangan bahwa suatu kegiatan penggandaan dan/atau pengeksploitasian terhadap ciptaan yang berhak atas perlindungan oleh hak cipta dikategorikan sebagai kegiatan yang masih pada koridor penggunaan yang sewajarnya, yaitu, (1) melihat pada tujuan dari kegiatan tersebut, apakah memiliki tujuan profit untuk mencari keuntungan komersial atau tujuan nonprofit sebagai sarana dan prasarana pendidikan; (2) melihat daripada karakteristik dari karya cipta yang dilindungi; (3) melihat pada bagian yang dipergunakan pada tindakan penggandaan dan/atau pengeksploitasian tersebut, apakah menggunakan bagian-bagian yang substansional atautakah tidak; dan (4) melihat pada dampak dari tindakan penggandaan dan/atau pengeksploitasian tersebut pada khalayak

³⁹ Eddy Damian, *Hukum Hak Cipta*, (Bandung: Alumni, 2005), h. 121.

umum dan pendapat mereka mengenai hal tersebut.⁴⁰ Platform Youtube memang memberikan penegasan bahwa dalam memberikan pengertian atas teori penggunaan sewajarnya dibebaskan tergantung pada kebijakan masing-masing negara, sebab secara aturan umum, hak cipta atas video dan/atau konten musik yang terdapat pada Youtube yang hendak disengketakan maka berlaku hukum di mana video yang disangkakan tersebut diunggah. Namun, dalam beberapa kasus, menggunakan aturan Amerika Serikat, mengingat pula bahwa di dalam Hukum Perdata Internasional terdapat titik pertalian dalam menentukan hukum mana yang digunakan terkait apabila terdapat sengketa dalam lapangan perdata internasional. Titik pertalian tersebut diantaranya dengan melihat kewarganegaraan dari masing-masing subjek yang berperkara, domisili para subjek yang berperkara, tempat kediaman yang nyata dari para pihak yang berperkara, bendera kapal sebagai identitas negara asal suatu kapal, tempat kedudukan bagi suatu badan hukum apabila salah satu atau kedua subjeknya merupakan badan hukum, dan pilihan hukum para pihak yang dibuat pada saat menyepakati suatu perjanjian antara keduanya.⁴¹

Penentuan dalam menentukan apakah penggunaan suatu karya musik dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan profit atau nonprofit adalah dengan melihat apakah karya yang diklaim sebagai menggunakan konsep penggunaan yang wajar tersebut dapat menggantikan karya dari sumber rujukan yang asli. Persepsi masyarakat sebagai penilaian utama dalam hal ini platform Youtube untuk merespons keluasan makna dari penggunaan sewajarnya pada konten yang diperbaharui. Tak jarang peneliti menemukan video yang direka ulang dan/atau dimodifikasi ulang demi menghindari kebijakan dan alat pendeteksi konten plagiarisme di Youtube. Dengan begitu, Youtube membuat kebijakan dalam melihat apakah dalam video yang diunggah terkandung didalamnya: (1) dinilai dan akan tertera istilah "*video*

⁴⁰ Article 107 Copyright Act 1976: "Notwithstanding the provisions of sections 106 and 106A, the fair use of a copyrighted work, including such use by reproduction in copies or phonorecords or by any other means specified by that section, for purposes such as criticism, comment, news reporting, teaching (including multiple copies for classroom use), scholarship, or research, is not an infringement of copyright. In determining whether the use made of a work in any particular case is a fair use the factors to be considered shall include— (1) the purpose and character of the use, including whether such use is of a commercial nature or is for nonprofit educational purposes; (2) the nature of the copyrighted work; (3) the amount and substantiality of the portion used in relation to the copyrighted work as a whole; and (4) the effect of the use upon the potential market for or value of the copyrighted work. The fact that a work is unpublished shall not itself bar a finding of fair use if such finding is made upon consideration of all the above factors."

⁴¹ Zulfa Djoko Basuki, dkk, *Hukum Perdata Internasional*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2018), h. 26.

thumbnails” pada konten yang dianggap sebagai video, konten dan/atau karya musik yang merupakan bagian dari video, konten dan/atau karya musik dari video lain yang telah diunggah, (2) apakah di dalam video tersebut terdapat konten yang bersifat original atau asli buatan sendiri, dan (3) apakah di dalam konten yang dimaksud terdapat diskusi atau tanggapan atas video dan/atau karya musik yang disematkan, sehingga dapat dinilai sebagai salah satu unsur dalam penggunaan sewajarnya.

Pada realitanya, Peneliti menemukan berbagai kasus di mana para pembuat konten atau pengguna hak cipta yang menggunakan ciptaan, dalam hal ini adalah karya musik, tanpa seizin pencipta dan/atau pemilik hak terkait. Hal ini berujung pada sengketa dan penyelesaiannya baik dalam forum penyelesaian sengketa alternatif⁴² maupun pengajuan gugatan ke pengadilan.⁴³ Peneliti melihat bahwa kebijakan yang dibuat oleh Youtube belum cukup efektif dalam hal perlindungan hak cipta karya musik. Mengingat hal tersebut dan pentingnya menghargai sebagai bentuk perlindungan hak eksklusif pencipta, maka, perlu ditanamkan beberapa langkah preventif maupun represif yang dapat ditegaskan oleh platform Youtube demi kenyamanan publik dan tentunya dalam rangka mengakomodir hak moral serta hak ekonomi yang merupakan hak eksklusif dari si pencipta dan/atau pemilik hak terkait.

Pertama, penerapan batasan dalam menyimpan video yang mengandung hak cipta lagu atau karya musik. Langkah ini mensyaratkan Youtube sebagai media jejaring konten video dan/atau musik untuk menetapkan program yang dapat membuat segala video dan/atau karya musik yang terdapat pada platform Youtube tidak dapat diunduh bagi siapapun dan dengan menggunakan mesin komputer apapun dan/atau media penyimpanan manapun. Kedua, video dan/atau karya musik masih dapat diunduh namun memiliki tanggal kadaluarsa untuk dapat mengakses video dan/atau karya musik yang sudah diunduh tersebut. Pembatasan melalui tanggal kadaluarsa akan berlaku efektif apabila pihak yang hendak mengunduh konten video dan/atau karya musik tersebut tidak mengetahui perihal tanggal kadaluarsa yang ia miliki untuk dapat mengakses video dan/atau karya musik tersebut. Ketiga, pihak Youtube memberikan perlindungan terhadap setiap salinan video dan/atau karya musik yang diunggah pada platform Youtube, sehingga, diatur

⁴² Sengketa cover lagu berjudul “Akad” oleh Hanin Dhiya yang belum mendapatkan izin dari Payung Teduh, diakses pada laman <https://tirto.id/laris-manis-cover-lagu-akad-bagaimana-hukumnya-cxgV>

⁴³ Sengketa cover lagu “Lagi Syantik” yang dibawakan oleh Halilintar dan digugat oleh Nagaswara, sedang pengajuan kasasi ke Mahkamah Agung, diakses pada laman <https://www.kompas.com/tag/gen-halilintar-digugat>

pembatasan mengenai jumlah salinan yang dapat didistribusikan pada khalayak umum. Keempat, pengenalan kata kunci kriptografi pada setiap video dan/atau karya musik yang hendak diunduh. Apabila setiap video dan/atau karya musik yang beredar pada platform Youtube dilindungi dan membutuhkan kata kunci untuk dapat mengunduh video dan/atau karya musik yang dimaksud, maka, para pengguna yang memiliki itikad tidak baik untuk melanggar hak cipta atau mempergunakan kembali dengan memodifikasi tanpa seizin pencipta atau bentuk lain yang termasuk pada kriteria pelanggaran hak cipta, akan mengalami kesulitan dalam hal meretas kata kunci yang disediakan oleh Youtube.

Kelima, Youtube menyediakan perjanjian kerja sama bagi pencipta dengan pengguna, yang tentunya apabila pihak pencipta bersedia, untuk menciptakan perjanjian kerja sama antara pencipta dengan pengguna, di mana, inti dari perjanjian ini berisi mengenai pemberian izin oleh pencipta untuk memberikan akses kepada pengguna agar dapat menggunakan karya cipta si pencipta sesuai dengan koridor hukum, yakni dengan melalui perizinan. Namun, hal ini akan memicu problematika yang lebih kompleks apabila dipertanyakan apakah dengan terjadinya penyediaan perjanjian ini maka Youtube secara langsung pun turut menjadi Lembaga Kolektif Manajemen yang memiliki tugas sebagai penghimpun dan pendistribusian royalti ataukah tidak. Langkah represif yang dapat dikenakan bagi pelanggaran pengaturan hak cipta pada platform Youtube adalah dengan membentuk komunitas atau intelijen yang memiliki tugas mencari serta mengidentifikasi setiap video dan/atau karya musik yang diunggah tanpa dengan seizin pencipta dan/atau pemilik hak terkait. Hal ini memang akan memakan waktu lama, mengingat pula banyaknya konten yang diunggah pada Youtube maka Peneliti menyarankan untuk membuat program komputer dalam menjalankan tugas ini. Kedua, setiap video dan/atau karya musik yang hendak diunggah pada platform Youtube dikenakan tanda nama sebagai identifikasi siapa pencipta dari konten tersebut, semisal, dengan mencantumkan *watermark* atau tanda air. Metode ini pun akan memudahkan kinerja komunitas intelijen atau program komputer di atas dalam menjalankan tugas mereka untuk mengidentifikasi setiap video dan/atau karya musik yang ada pada platform Youtube. Langkah selanjutnya, setelah dapat mengidentifikasi video mana yang mengandung pelanggaran hak cipta di dalamnya, maka diberi cap sebagai tanda tersendiri untuk memudahkan mencari si pengguna yang telah melanggar perlindungan terkait hak cipta dan menjatuhkan sanksi pidana.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kaji pada setiap sub bab pembahasan, maka dalam hal ini peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

Kegiatan monetisasi atau mengkomersialisasikan suatu ciptaan, terkhusus pada karya musik atau lagu di platform Youtube pada hakikatnya memiliki dasar hukum yang sama dengan melakukan komersialisasi ciptaan pada platform manapun, yakni harus dengan mendapatkan izin dari pencipta atau pemegang hak cipta. Kini, dalam melakukan permohonan pengajuan atas perizinan menggunakan ciptaan dengan itikad memperoleh keuntungan komersial tidak perlu untuk menemui pencipta atau pemegang hak cipta secara pribadi sebab telah diatur Lembaga Manajemen Kolektif yang berfungsi sebagai penghimpun serta pendistribusian royalti dan izin di antara pencipta, pemegang hak cipta dengan pengguna hak cipta.

Mekanisme dalam melakukan kegiatan monetisasi pada platform Youtube adalah dengan (1) memastikan konten yang diunggah telah sesuai dengan Copyright Matching Tool yang disediakan oleh Youtube, (2) memiliki konten yang telah ditonton selama 4000 jam dalam kurun waktu 12 bulan terakhir, (3) memastikan negara pemohon terdaftar sebagai negara yang dapat melakukan program monetisasi Youtube, (4) patuh pada setiap kebijakan monetisasi yang diatur oleh Youtube, dan (5) pemohon bersedia untuk menautkan akun Youtubenya pada akun Google AdSense yang ia miliki. Menilik pada kebijakan Copyright Matching Tool maupun kebijakan monetisasi yang diatur oleh Youtube, dinilai sesuai dengan napa yang diatur pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, hanya pada penerjemahan pengaturan penggunaan yang sewajarnya Youtube tidak menyerahkan perumusan mengenai hal tersebut kepada negara-negara pengguna, hal ini pula yang digarisbawahi oleh Penulis yang akan memicu keambiguitas sebab masing-masing negara memiliki artian kebijakan penggunaan yang sewajarnya yang berbeda-beda.

REFERENSI:

- Ali, Zainuddin. 2010. *Filsafat Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Atmadja, Hendra Tanu. (2003). *Konsep Hak Ekonomi dan Hak Moral Pencipta Menurut Sistem Civil Law dan Common Law*. Jurnal Hukum Nomor 23, Volume 10, Mei.

- Basuki, Zulfa Djoko, dkk. 2018. *Hukum Perdata Internasional*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Chandra, Edy. (2017). *Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 1 No. 2.
- Copyright Royalties for Music and Sound Recordings, Chapter 5. US. Congress, Office of Technology Assesment, Copyright and Home Copying: Technology Challenges the Law, OACTT-422, Government Printing Office, Washington DC, October 1989.*
- Damian, Eddy. 2002. *Hak kekayaan Intelektual-Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni.
- Damian, Eddy. 2003. *Hukum Hak Cipta menurut Beberapa Konvensi Internasional*. Bandung: Alumni.
- Damian, Eddy. 2005. *Hukum Hak Cipta*. Bandung: Alumni, 2005.
- Faiqah, Fatty; dkk. (2016). *Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar Vidgram*. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 5 No. 2 Juli – Desember.
- Ginting, Antonio Rajoli. (2019). *Peran Lembaga Manajemen Kolektif Nasional dalam Perkembangan Aplikasi Musik Streaming*. Jurnal Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Volume 13, Nomor 3, November.
- Hamzani, Achmad Irwan; Hartoyo, Dwijoyo; Nuridin, Nuridin; Khasanah, Nur; Aravik, Havis; and Yunus, Nur Rohim. (2020). "Struggle for Law Principles In Law Development", Solid State Technology, Volume: 63, Issue: 6, p.1869-1879.
- Hariyani, Iswi. 2010. *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- I Imanuddin, RRD Anggraeni, A Rezki, NR Yunus, (2021). Criminal Acts Of Defamation Due To Debt Collection Through Social Media. Natural Volatiles & Essential Oils (NVEO) Journal 8 (4), 11685-11695.
- Kristianto, Bernard Realino Danu; dan Rustono Farady Marta. (2019). *Monetisasi dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu SKAK melalui Video Blog Youtube*. Jurnal Lugas Vol. 3, No. 1, Juni.

- Lutviansori, Arif. 2010. *Hak Cipta dan Perlindungan Folklor di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mukri, S.G.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2016). "Implementation of Religious Education in the Constitution of the Republic of Indonesia," *Salam: Sosial dan Budaya Syar-i*, Volume 3 No. 3.
- Mukri, S.G.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2017). Relation of Religion, Economy, and Constitution In The Structure of State Life, *STAATSRECHT: Indonesian Constitutional Law Journal*, Volume 1, No. 1.
- Munandar, Haris dan Sally Sitanggang. 2011. *Mengenal HAKI*. Jakarta: Erlangga.
- Munawaroh, Siti. (2006). *Peranan TRIPS (Trade Related Apects of Intellectual Property Rights) terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual di Bidang Teknologi Informasi di Indonesia*. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Volume XI No. 1, Januari
- Njatrijani, Rinitami, dkk, (2020). *Era Digital Melahirkan Peran Baru, Aggregator Musik dalam Mendistriusikan Karya Cipta Lagu dan Musik*. *Diponegoro Private Law Review*, Vol. 7, No. 1, Februari.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma dan C. Jarot Priyogutomo. 2015. *Jargon e-Business*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Panjaitan, Hulman. (2015). *Penggunaan Karya Cipta Musik dan Lagu Tanpa Izin dan Akibat Hukumnya*. *Jurnal Hukum to-ra* Vol. 1 No. 2 Agustus.
- Purba, Achmad Zen Umar. 2005. *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*. Bandung: Alumni.
- Roisah, Kholis. 2015. *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press.
- Rusdianto, Dedy. 2010. *Adsense Weapons*. Bandung: Oase Media, 2010.
- Sinaga, Edward James. (2020). *Pengelolaan Royalti atas Pengumuman Karya Cipta Lagu dan/atau Musik (Royalty on the Management of Copyright Songs and Music)*. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, Volume 14, Nomor 3, November.
- Sitorus, Ade Uswatun. (2015). *Hak Cipta dan Perpustakaan*. *Jurnal Iqra'* Volume 09. No. 2. Oktober.
- Yunus, N.R.; Anggraeni, RR Dewi.; Rezki, Annissa. (2019). "The Application of Legal Policy Theory and its relationship with Rechtsidee Theory to realize Welfare State," *'Adalah*, Volume 3, No. 1.