

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONTEN KREATOR TIKTOK YANG DIUNGGAH ULANG OLEH PIHAK

Dewi Amiroh Muthi'ah¹, Yudhia Ismail², Humiati³

Ilmu Hukum, Universitas Merdeka Pasuruan, Pauruan

E-mail: mirramiharja@gmail.com¹, yudhiaismail@gmail.com², humiatiariyono@gmail.com³

ABSTRAK

Fenomena berkembangnya media sosial, khususnya TikTok, telah mendorong munculnya berbagai bentuk kreativitas digital yang diwujudkan oleh para konten kreator. Para kreator menghasilkan karya-karya orisinal dalam bentuk video pendek yang memiliki nilai ekonomi dan estetika, serta dapat dikategorikan sebagai ciptaan yang dilindungi oleh hukum hak cipta. Namun, dalam praktiknya, tidak sedikit karya dari konten kreator tersebut yang diunggah ulang (*re-upload*) oleh pihak ketiga tanpa izin dari pencipta asli, bahkan digunakan untuk kepentingan komersial, seperti promosi produk, iklan, atau monetisasi ulang di platform lain. Tindakan semacam ini menimbulkan persoalan hukum terkait pelanggaran hak cipta dan penyalahgunaan hak ekonomi dari pencipta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konten kreator TikTok berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, serta untuk mengidentifikasi tantangan dalam penegakannya di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), dengan menelaah berbagai literatur hukum, peraturan perundang-undangan, artikel ilmiah, serta dokumen dan putusan pengadilan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan Pasal 4 dan Pasal 9 UU Hak Cipta, konten video yang dihasilkan oleh kreator TikTok termasuk dalam kategori ciptaan yang dilindungi, dan penciptanya memiliki hak eksklusif atas penggunaan dan pemanfaatan karya tersebut, termasuk hak untuk memberikan izin atau melarang pihak lain menggunakannya. *Re-upload* yang dilakukan oleh pihak ketiga tanpa izin, terlebih lagi jika disertai unsur komersialisasi, merupakan pelanggaran terhadap hak ekonomi pencipta dan dapat dikenai sanksi perdata maupun pidana. Namun, dalam implementasinya, penegakan hak cipta di ruang digital menghadapi berbagai hambatan, seperti kesulitan pembuktian, identitas pelaku yang anonim, serta keterbatasan pemahaman hukum oleh konten kreator itu sendiri. Penelitian ini merekomendasikan adanya peningkatan literasi hukum bagi para konten kreator agar mereka memahami hak-haknya secara menyeluruh, serta pentingnya peran platform seperti TikTok dalam menegakkan regulasi internal yang sejalan dengan UU Hak Cipta. Di samping itu, kerja sama antara otoritas hukum, platform digital, dan lembaga pengelola hak cipta perlu diperkuat untuk menciptakan sistem perlindungan hukum yang lebih efektif dalam menghadapi dinamika pelanggaran hak cipta di era digital.

Kata kunci

Perlindungan Hukum, Konten Kreator, TikTok, Re-upload, Hak Cipta, Komersial

ABSTRACT

The growing phenomenon of social media, especially TikTok, has encouraged the emergence of various forms of digital creativity realized by content creators. The creators produce original works in the form of short videos that have economic and aesthetic value, and can be categorized as creations protected by copyright law. However, in practice, many of these works are re-uploaded by third parties without the permission of the original creator, and even used for commercial purposes, such as product promotion, advertising, or re-monetization on other platforms. Such actions raise legal issues related to copyright infringement and abuse of the economic rights of the creator. This research aims to analyze how the form of legal protection for TikTok content creators based on the provisions of Law Number 28 of 2014 concerning Copyright, as well as to identify challenges in its enforcement in the digital era. This research uses a normative juridical approach with a qualitative method. Data collection techniques are carried out through library research,

by examining various legal literature, laws and regulations, scientific articles, as well as relevant documents and court decisions. The results show that based on Article 4 and Article 9 of the Copyright Law, video content produced by TikTok creators is included in the category of protected works, and the creator has exclusive rights to the use and utilization of the work, including the right to grant permission or prohibit other parties from using it. Re-uploads made by third parties without permission, especially if accompanied by elements of commercialization, are a violation of the creator's economic rights and can be subject to civil and criminal sanctions. However, in its implementation, copyright enforcement in the digital space faces various obstacles, such as evidentiary difficulties, anonymity of the perpetrator's identity, and limited understanding of the law by the content creators themselves. This research recommends an increase in legal literacy for content creators so that they understand their rights thoroughly, as well as the importance of the role of platforms such as TikTok in enforcing internal regulations in line with the Copyright Law. In addition, cooperation between legal authorities, digital platforms, and copyright management institutions needs to be strengthened to create a more effective legal protection system in the face of the dynamics of copyright infringement in the digital era.

Keywords | **Legal Protection, Content Creator, TikTok, Re-upload, Copyright, Commercial,**

1. PENDAHULUAN

Di dalam perkembangan globalisasi saat ini terutama di bidang teknologi dan komunikasi telah memberikan perubahan yang signifikan dalam aspek kehidupan. Hal ini didukung dengan adanya Internet yang juga merupakan sistem media elektronik untuk dapat melakukan komunikasi yang secara menyeluruh. Internet sendiri dapat diakses melalui komputer dan *gadget*. Adanya media internet ini telah menjadi suatu kebutuhan Masyarakat terutamanya setelah adanya Covid - 19 yang membuat orang - orang memutuskan untuk melakukan aktivitas dan atau bekerja dari rumah (WFH). Dikutip melalui laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2025 bertambah 6 juta pengguna atau yang dapat dipersentasekan menaik hingga 1% - 2% yakni sekitar 231 juta pengguna internet dibandingkan pada tahun 2024 yang hanya berada pada kisaran 225 juta pengguna Internet.

Para pengguna internet tidak memiliki batas usia. Kemudahan akses internet dapat diakses oleh anak - anak hingga orang dewasa sebagai sarana dalam melaksanakan interaksi secara online. Terdapat beberapa aplikasi online yang digunakan di Masyarakat Indonesia seperti halnya, *Instagram, Facebook, Whatsapp, TikTok, Telegram* dan lain sebagainya. Salah satu jenis aplikasi yang paling banyak digunakan salah satunya adalah aplikasi TikTok. Adanya TikTok sendiri merupakan salah satu *platform* jejaring sosial dan juga musik yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan sejak September 2016 oleh Zhang Yiming. Pandemi COVID-19 telah meningkatkan jumlah pengguna TikTok menjadi 2 miliar, melampaui 1,5 miliar pengguna Instagram di seluruh dunia.

Melihat dari laporan *App Figure*, TikTok merupakan salah satu platform yang mendapat 54 juta kali unduhan baru melalui *App Store* sepanjang Agustus 2023 di Indonesia. Sehingga dari pada ini TikTok telah bersaing dengan posisi Instagram yang telah berada sebagai puncak *platform* tertinggi diunduh sejak 2023. Namun TikTok berhasil menduduki peringkat pertama untuk aplikasi yang paling sering diunduh sejak 2024 dengan jumlah 54 juta sedangkan Instagram menduduki posisi kedua dengan perolehan jumlah unduhan sebanyak 52 juta kali. *Platform* TikTok sendiri terdiri dari video pendek, sehingga pengguna dapat memilih tayangan apa yang mereka sukai serta dapat menuangkan kreativitasnya dalam bentuk video pendek. Aplikasi ini memungkinkan semua orang menjadi kreator dengan mudah dan mengekspresikan

bentuk kreativitas dari pembuatan video pendek. Konten video adalah bentuk dari teknologi informasi dan elektronik yang berupa gambar bergerak dan juga dapat dinikmati secara visual oleh banyak orang. Di dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menyatakan bahwa :

“Data elektronik adalah satu atau kumpulan informasi elektronik, termasuk namun tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rencana, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (electronic mail, telegram, teleks, teletype atau sejenisnya, Huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.”

Fenomena ini telah melahirkan komunitas konten kreator yang aktif dan beragam, yang karyanya sering kali menjadi viral dan mendapatkan perhatian luas. Seorang Konten Kreator, adalah seorang yang menciptakan dan juga membagikan beberapa konten positif dan baik yang berupa tulisan, gambar dan juga video atau gabungan dari keduanya. Seorang konten kreator memiliki tujuan utama yang dimana untuk menghibur, mengedukasi serta memberikan informasi kepada penonton video mereka. Video yang dibuat oleh konten kreator merupakan bentuk dari kreativitasnya dalam menyampaikan sesuatu untuk para penontonnya maka dapat dikatakan bahwa tidaklah mudah untuk menjadi seorang konten kreator. Hal ini dikarenakan perlunya memiliki suatu keahlian dalam melakukan kreativitas dan juga membentuk suatu karya yang baru dalam menghasilkan suatu konten yang berbentuk gambar maupun video yang bernilai artistik dan memiliki manfaat bagi para penontonnya. Bentuk konten yang dibuat oleh konten kreator termasuk kedalam salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan salah satu bentuk hasil dari adanya produktivitas dari seseorang ataupun kelompok dalam memproduksi hasil kecerdasan berfikir yang berupa teknologi, pengetahuan, seni, sastra, lagu, karya tulis, karikatur dan juga lain sebagainya. Di Indonesia, ruang lingkup dari Hak Kekayaan Intelektual sendiri adalah bentuk dari Hak Cipta yang diatur didalam Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Tidak ada ketentuan langsung dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan secara eksplisit terkait dengan hak cipta, tetapi ada ketentuan yang mendukung perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk hak cipta, sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kehidupan nasional dan meningkatkan kesejahteraan umum. Menurut Alinea 4 Pembukaan Undang – Undang Dasar Republik Indonesia 1945 yang menjelaskan bahwa :

“Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar kepada Ketuhanan yang maha esa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”

Tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa ini sejalan dengan perlindungan terhadap hak cipta, karena hak cipta memberikan insentif bagi pencipta untuk terus berkarya, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas pendidikan dan budaya nasional. Selain itu melihat pada Pasal 28C Ayat (1) Undang – Undang Dasar Republik Indonesia 1945 menegaskan bahwa “Setiap orang berhak atas kebebasan berpikir dan

berpendapat.” Dalam hal ini memiliki makna bahwa Kebebasan ini mendukung hak individu untuk menciptakan karya intelektual dan menyebarkannya, yang merupakan inti dari hak cipta.

Secara general, Hak Cipta merupakan salah satu bentuk hak eksklusif bagi para pencipta yang akan muncul secara otomatis dengan berdasarkan adanya prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan dibuat secara fisik, tanpa mengurangi adanya batasan yang ditetapkan oleh perundang – undangan yang berlaku. Bentuk ciptaan dalam hal ini yang menjadi suatu perlindungan hak cipta adalah karya sinematografi. Di Indonesia, karya sinematografi dijelaskan pada Pasal 40 Ayat (1) Huruf m Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, bahwasannya:

“Yang dimaksud dengan Karya Sinematografi yakni salah satu bentuk ciptaan yang dihasilkan dimana berupa gambar yang bergerak (*moving images*), antara lain film dokumenter, film iklan, reprtase atau film cerita yang dibuat dengan scenario, dan film kartun. Karya Sinematografi dapat dibuat dalam pita seluloid, pita video, piringan video, cakram optik dan/atau media lain yang memungkinkan untuk dipertunjukkan di bioskop, layar lebar, televisi, atau media lainnya. Sinematografi merupakan salah satu contoh bentuk audiovisual.”

Konten video TikTok merupakan salah satu bentuk dari audiovisual karya Sinematografi. Didukung dengan penjelasan pada Pasal 1 Ayat (1) Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka Konten Video juga termasuk kedalam indikator suara dan gambar yang dapat bergerak. Konten video dapat dengan mudah terkenal (viral) melalui *platform* TikTok saat ini mengingat pengguna TikTok yang banyak di Indonesia. Dengan adanya konten video yang menarik dapat menambah ketertarikan penonton untuk menambah *viewers* (jumlah penonton video) dan menekan tombol suka serta berkomentar di dalam videonya. Sebagai konten *platform* Tiktok maka video yang diunggah atau dilakukan secara *streaming* melalui TikTok juga akan secara otomatis dapat dilihat oleh semua orang dan masuk kedalam beranda mereka melalui *fyp* (*for your page*). Banyak dari konten video yang berasal dari TikTok tersebut juga diteruskan kepada orang lain untuk mereka dapat menonton video tersebut.

Namun, dengan meningkatnya popularitas TikTok, muncul pula tantangan terkait perlindungan hak cipta atas konten yang dihasilkan. Seringkali, karya-karya tersebut diunggah ulang baik di *platform* TikTok maupun di *platfrom* lainnya oleh pihak ketiga tanpa izin untuk tujuan komersial, seperti promosi produk atau layanan. Praktik ini tidak hanya merugikan konten kreator dari segi ekonomi, tetapi juga dapat merusak reputasi dan integritas karya mereka. Adanya bentuk pengkomersialan kembali oleh pihak lain tanpa meminta izin akun yang asli maka hal ini sangat bertentangan dengan Pasal 9 Ayat (3) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang dimana menjelaskan bahwa “Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan”. Sedangkan pada Pasal 1 angka 12 Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menjelaskan bahwa “Penggandaan adalah proses, perbuatan, atau cara menggandakan satu salinan Ciptaan dan/atau fonogram atau lebih dengan cara dan dalam bentuk apapun, secara permanen atau sementara”. Sementara pada Pasal 27 Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan :

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.”

Maka dengan ini bentuk dari penggandaan sesuatu yang telah dimiliki oleh orang lain tidak boleh atau dilarang untuk digunakan kembali oleh pihak lain tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta. Hal pengunggahan ulang (*re - uploading*) yang dilakukan oleh pihak lain sangat memberikan kerugian besar kepada pemilik konten yang asli. Sebagai contoh kasus pribadi penulis, melalui akun TikTok *@hallo.mirr*, penulis sempat melakukan *live streaming* untuk berjualan produk usaha penulis. Namun tanpa diketahui, terdapat akun lain yang bernama *@VānHā* yang juga merekam *live streaming* penulis ketika berjualan dan kemudian mempublikasikannya dengan hal yang sama untuk digunakan dalam kepentingan komersial akun tersebut tanpa meminta izin terlebih dahulu. Hal tersebut dengan jelas dapat membuat kerugian yang sangat besar bagi penulis dengan mencari keuntungan dari video *live streaming* yang diunggah kembali. Sebagai contoh lainnya, seorang konten kreator dengan akun tiktok bernama *@septriandivasaras* membagikan perjalanan hidup sehatnya melalui sebuah Tiktok video yang diunggah melalui akun tiktok miliknya mengalami pembajakan oleh akun Tiktok lain. Akun tersebut menggandakan video konten kreator tersebut untuk dijadikan video testimoni obat pelangsing tanpa izin dari konten kreator tersebut ataupun mencantumkan nama dari akun konten kreator tersebut. Kemudian pihak ketiga mengkomersialkan videonya melalui platform Instagram dan TikTok.

Dikutip melalui Jurnal Layla Mazidatus Sa'adah, menjelaskan bahwa faktor penyebab terjadinya pelanggaran Hak Cipta di TikTok dengan tujuan untuk menghasilkan uang dan keinginan untuk mendapatkan popularitas dan pengikut baru (*followers*). Bagi orang-orang yang tidak memiliki banyak pekerjaan, melanggar hak cipta dapat menghasilkan banyak uang. Karena mereka yang mengunggah ulang konten tanpa izin tidak dikenakan biaya untuk mempersiapkannya, keuntungan yang diperoleh secara ilegal jauh lebih besar daripada yang diperoleh secara legal. Belum banyak diketahui oleh konten kreator untuk bagaimana dapat melaporkan pihak lain yang menyalahgunakan kontennya untuk dikomersialkan tanpa izin. Implementasi perlindungan hukum terhadap konten kreator TikTok yang karyanya diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial masih menghadapi berbagai kendala. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai hak cipta, serta minimnya penegakan hukum yang efektif, menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, platform digital seperti TikTok sering kali beroperasi secara global, sehingga menimbulkan kompleksitas dalam penegakan hukum lintas negara.

Walaupun TikTok memiliki kebijakan untuk melindungi hak cipta, implementasinya tidak selalu konsisten, dan sering kali konten yang melanggar tetap dapat diakses oleh publik. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konten kreator di platform digital memerlukan pendekatan yang komprehensif, melibatkan kerjasama antara pembuat kebijakan, penyedia platform, dan pengguna untuk menciptakan ekosistem digital yang adil dan menghormati hak kekayaan intelektual. Terdapat 2 (dua) tujuan penelitian yaitu :

- 1) Mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konten kreator TikTok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan Komersial berdasarkan Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
- 2) Mengetahui hak - hak yang dilanggar oleh pihak ketiga yang mengunggah ulang konten TikTok kreator lain untuk kepentingan komersial menurut Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang berfokus pada studi kepustakaan dengan menelaah peraturan perundang-undangan, literatur hukum, serta dokumen terkait sebagai sumber data sekunder. Data yang digunakan meliputi bahan hukum primer seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, bahan hukum sekunder berupa jurnal dan buku hukum, serta bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan ensiklopedia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen, sedangkan analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deduktif, yakni menarik kesimpulan dari prinsip umum ke kasus khusus yang dikaji.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perlindungan Hukum Bagi Konten Kreator Tiktok Yang Diunggah Ulang Oleh Pihak Ketiga Untuk Kepentingan Komersial Berdasarkan Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) secara tegas melindungi hasil karya cipta seseorang dalam bentuk apapun, hal ini juga termasuk karya digital yang dipublikasikan di platform media sosial seperti TikTok. Konten video yang dibuat oleh seorang konten kreator TikTok merupakan ciptaan dalam bentuk karya sinematografi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 40 Huruf m Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Di dalam hak cipta memberikan dua jenis perlindungan yang utama, diantaranya Hak Moral dan Hak Ekonomi. Melihat dari kedua jenis perlindungan hak yang telah dicantumkan di dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, ketika pihak ketiga mengunggah ulang video TikTok seseorang tanpa izin, terlebih lagi untuk kepentingan komersial seperti penjualan produk online, monetisasi YouTube, endorsement produk, atau kampanye digital, maka tindakan tersebut tergolong sebagai pelanggaran atas hak ekonomi seorang kreator.

Didalam menelaah perlindungan hukum bagi konten kreator tiktok yang diunggah ulang oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial berdasarkan Undang - Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta, penulis akan menjelaskan bentuk perlindungan hukumnya menjadi dua kategori bentuk perlindungan. Diantaranya :

a. Bentuk Perlindungan Hukum Preventif

Bentuk perlindungan preventif ini merupakan bentuk perlindungan hukum sebagai salah satu bentuk tindakan yang bersifat pencegahan terhadap suatu pelanggaran. Terdapat beberapa bentuk aktivitas yang dapat dilakukan dalam memberikan bentuk perlindungan hukum yang preventif, diantaranya :

- 1) Pendaftaran Hak Cipta. Meskipun hak cipta timbul otomatis, pendaftaran melalui DJKI memperkuat bukti kepemilikan konten sesuai Pasal 64 UU No. 28 Tahun 2014.
- 2) Pencantuman Identitas dan Branding. Konten kreator disarankan mencantumkan watermark, nama akun, atau disclaimer sebagai perlindungan hak moral berdasarkan Pasal 5 ayat (1) huruf a UU Hak Cipta.
- 3) Pemanfaatan Fitur Pelaporan Digital. Platform seperti TikTok menyediakan fitur pelaporan untuk mengadakan pelanggaran hak cipta terhadap konten yang diunggah ulang tanpa izin.
- 4) Edukasi dan Literasi Hukum. Penting bagi kreator memahami hak-haknya. Pemerintah dan platform digital perlu memberikan edukasi mengenai hak cipta dan mekanisme pelaporan, sesuai Pasal 95 ayat (1) UU Hak Cipta.

Perlindungan preventif sangat penting dalam menjaga hak dan kepentingan setiap konten kreator TikTok dari pelanggaran oleh pihak ketiga. Walaupun hak cipta terhadap suatu konten muncul secara otomatis, namun bentuk perlindungan hukum dalam tindakan preventif seperti pendaftaran ciptaan, pencantuman identitas, pelaporan konten, dan edukasi hukum merupakan langkah efektif yang dapat memperkuat posisi hukum kreator serta mengurangi risiko kerugian akibat pelanggaran yang dilakukan oleh pihak lain.

b. Bentuk Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah upaya yang dilakukan setelah terjadinya pelanggaran, untuk menegakkan hukum, memulihkan hak, dan memberi sanksi kepada pelanggar. Dalam kasus re-upload konten TikTok secara komersial tanpa izin, perlindungan ini dapat ditempuh melalui litigasi atau non-litigasi. Berdasarkan Pasal 95 dan Pasal 99 Ayat (3) UU Hak Cipta, penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui pengadilan, arbitrase, atau alternatif penyelesaian, termasuk mengajukan permohonan ke Pengadilan Niaga jika pencipta merasa dirugikan. Dengan mengajukan suatu permohonan putusan, maka pemohon atau pemilik konten video tersebut dapat melakukan permintaan dengan penghentian penggunaan konten videonya yang dipublikasikan ulang untuk tujuan komersial. Kemudian, pencipta dapat meminta untuk melakukan penyitaan bagi perangkat – perangkat yang digunakan oleh pihak ketiga yang menggunakan video konten tersebut tanpa izin untuk tujuan komersil, yang selanjutnya akan dilakukan pemusnahan hasil dari pelanggaran.

Didalam Pasal 1365 KUH Perdata mengatur tentang Perbuatan Melawan Hukum (PMH), juga menjelaskan bahwa “setiap perbuatan yang melanggar hukum dan merugikan orang lain mewajibkan pelaku untuk melakukan ganti rugi terhadap kerugian yang dihasilkan.” Penggantian kerugian tersebut dapat dilakukan dengan diberikannya kompensasi kepada pihak yang dilanggar haknya. Sedangkan di dalam Undang – Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Penyelesaian sengketa, Pada Pasal 2 menjelaskan :

“Penyelesaian sengketa atau beda pendapat antar para pihak dalam suatu hubungan hukum tertentu yang telah mengadakan perjanjian arbitrase yang secara tegas menyatakan bahwa semua sengketa atau beda pendapat yang timbul atau yang mungkin timbul dari hubungan hukum tersebut akan diselesaikan dengan cara arbitrase atau melalui alternatif penyelesaian sengketa.”

Alternatif penyelesaian sengketa yaitu sebuah proses penyelesaian sengketa melalui mediasi, negosiasi, atau konsiliasi. Pengertian lain dari alternatif penyelesaian sengketa adalah penyelesaian sengketa melalui jalur non pengadilan yang pada umumnya ditempuh melalui cara – cara perundingan yang dipimpin atau diprakarsai oleh pihak ketiga yang netral atau tidak memihak. Adapun bentuk – bentuk alternatif penyelesaian sengketa, antara lain :

- 1) Mediasi, melihat definisi dari mediasi sendiri menurut Kamus Hukum Indonesia adalah proses penyelesaian sengketa secara damai yang melibatkan bantuan pihak ketiga untuk memberikan solusi yang dapat diterima pihak – pihak yang bersengketa.
- 2) Negosiasi, Pengertian negosiasi diartikan sebagai salah satu upaya penyelesaian sengketa para pihak tanpa melalui proses peradilan dengan tujuan mencapai kesepakatan bersama atas dasar kerja sama yang lebih harmonis dan kreatif.
- 3) Konsiliasi, Pengertian konsiliasi dimaknai sebagai bentuk dari upaya dalam membawa pihak – pihak yang bersengketa antara kedua belah pihak secara negosiasi.
- 4) Arbitrase, Sesuai dengan Pasal 1 Ayat 1 Undang – Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa dimaknai sebagai salah satu

bentuk cara penyelesaian suatu sengketa, perdata yang berada di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.

Berdasarkan suatu pendekatan perundang – undangan dalam bentuk perlindungan hukum konten kreator Tiktok yang kontennya diunggah ulang oleh pihak ketiga tanpa persetujuan dari konten kreator pencipta dengan tujuan komersil. Maka terdapat beberapa perlindungan hukum represif selain dengan alternatif penyelesaian sengketa melalui arbitrase, negosiasi, konsiliasi, dan mediasi, maka dapat dilakukan sebagai berikut :

1) Melakukan gugatan perdata oleh pemilik Hak Cipta terhadap kontennya.

Berdasarkan Pasal 95 Ayat (1) UU No. 28 Tahun 2014, pemilik hak cipta dapat mengajukan gugatan perdata ke Pengadilan Niaga jika terjadi pelanggaran, seperti penggunaan ulang konten tanpa izin untuk keuntungan ekonomi. Bentuk gugatan dapat berupa penghentian pelanggaran (*take down*), ganti rugi materiil dan immateriil, serta pemulihan nama baik. Penulis mencontohkan kasus pribadi saat siaran langsung di TikTok (@hallo.mirr) direkam dan diunggah ulang oleh akun lain (@VānHā) tanpa izin untuk tujuan komersial. Tindakan ini melanggar Pasal 9 ayat (1) dan Pasal 113 ayat (3) UU Hak Cipta, yang dapat dikenai sanksi pidana hingga 4 tahun penjara atau denda Rp1 miliar. Penyelesaian dilakukan melalui pelaporan ke TikTok dan berujung pada penghapusan video pelanggar.

Contoh lain terjadi pada kreator TikTok (@septriandivasaras) yang videonya disalahgunakan sebagai testimoni palsu produk pelangsing. Meski dilaporkan ke kepolisian, penyelesaiannya hanya sebatas klarifikasi publik dan pelaporan akun pelanggar, tanpa proses hukum lanjutan. Setelah laporan masuk ke TikTok, pihak platform segera mengambil tindakan dengan menghapus (*take down*) video dari akun pelanggar tersebut.

Perbuatan ini merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak ekonomi dan moral dari pemilik hak cipta sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, khususnya Pasal 9 Ayat (1), yang memberikan hak eksklusif kepada pencipta untuk mengumumkan dan/atau memperbanyak ciptaannya. Selain itu, tindakan menggandakan dan memanfaatkan konten tanpa izin untuk tujuan komersial merupakan tindak pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 113 Ayat (3), dengan ancaman pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda hingga satu miliar rupiah. Lebih lanjut, penggunaan konten sebagai testimoni palsu juga berpotensi melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, khususnya Pasal 28 Ayat (1) yang melarang penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam transaksi elektronik.

2) Diberikannya sanksi pidana terhadap pelanggaran Hak Cipta

a) Sebagai dasar hukumnya telah ditetapkan pada Pasal 113 Ayat (2) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014, yang menjelaskan bahwa :

b) “Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta melakukan penggunaan Ciptaan secara komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

c) Apabila terjadinya pelanggaran yang dilakukan secara sengaja dan untuk tujuan komersial, maka pelaku dapat dikenai sanksi pidana yang dapat berupa pidana penjara ataupun denda uang. Sanksi pidana ini bersifat *ultimum remedium* (upaya terakhir), namun tetap bisa dijala

nkan jika pelanggaran bersifat masif, disengaja, dan menimbulkan kerugian yang nyata. Meskipun perlindungan hukum terhadap pelanggaran hak cipta digital sudah tersedia, masih terdapat hambatan dalam implementasinya, seperti:

- Pelaku sulit dilacak karena menggunakan akun anonim atau berada di luar yurisdiksi;
- Kreator belum memiliki bukti pendaftaran hak cipta;
- Proses hukum perdata dan pidana cenderung panjang dan mahal;
- Kurangnya pemahaman kreator terhadap prosedur hukum.

3.2 Hak – Hak Yang Dilanggar Oleh Pihak Ketiga Yang Mengunggah Ulang Konten Tiktok Kreator Lain Untuk Kepentingan Komersial Menurut Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

TikTok dan platform digital lain menjadi media kreatif yang menghasilkan konten unik, namun menghadapi tantangan hukum terkait perlindungan hak cipta. Banyak pihak ketiga mengunggah ulang konten tanpa izin, terutama untuk tujuan komersial seperti monetisasi dan promosi, yang melanggar hak eksklusif pencipta sesuai Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014. Undang-undang ini melindungi hak moral dan ekonomi kreator, yang penting untuk penghargaan dan manfaat atas karya intelektual mereka. Pelanggaran hak ini dapat berakibat hukum pidana dan perdata. Dalam konteks ini, penting untuk menelaah secara rinci bentuk - bentuk pelanggaran hak cipta yang dilakukan oleh pihak ketiga terhadap konten kreator TikTok, serta implikasi hukumnya menurut Undang – Undang Hak Cipta. Adapun hak – hak yang dilanggar oleh pihak ketiga yang mengunggah ulang konten tiktok kreator lain untuk kepentingan komersial menurut Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, diantaranya :

a. Hak Moral

Hak moral merupakan salah satu hak yang melekat pada diri pencipta sebagai individu dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain, termasuk kepada pemegang hak ekonomi sekalipun. Perlindungan terhadap hak moral ini menunjukkan bahwa pencipta tidak hanya dipandang sebagai produsen karya, tetapi juga sebagai pribadi yang memiliki kehormatan, reputasi dan identitas atas ciptaannya. Sesuai dengan Pasal 5 Ayat (1) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, dijelaskan bahwa hak moral mencakup :

- 1) Hak untuk mencantumkan atau tidak mencantumkan nama pencipta pada salinan dan setiap penggunaan ciptaannya.
- 2) Hak untuk menggunakan nama alias atau samaran.
- 3) Hak untuk mengubah ciptaan sesuai kehendaknya.
- 4) Hak untuk mempertahankan integritas ciptaan, termasuk hak untuk mencegah distorsi, mutilasi, atau modifikasi yang merugikan reputasi atau kehormatan pencipta.

Pelanggaran hak moral di TikTok terjadi ketika pihak ketiga mengunggah ulang konten tanpa izin dan tidak mencantumkan nama kreator asli. Pelaku sering menghapus sumber asli, mengganti nama akun, atau mengklaim konten sebagai miliknya. Selain itu, konten juga kerap diedit ulang dan ditambahkan musik, suara latar, stiker, atau dipotong yang sehingga mengubah pesan dan makna asli dari video. Tindakan ini melanggar hak kreator untuk diakui dan menjaga integritas karya mereka. Apabila di gunakan dalam jangka panjang, hal ini bisa merusak reputasi kreator asli jika konten tersebut dimodifikasi secara tidak etis atau digunakan dalam konteks yang menyesatkan oleh pihak ketiga. Lebih dari itu, kehilangan pengakuan terhadap kepemilikan karya juga berdampak psikologis terhadap pencipta. Penghargaan terhadap identitas dan nama baik

merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum yang bersifat personal dan tidak dapat diukur secara materiil semata.

b. Hak Ekonomi

Hak ekonomi merupakan hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta atau pemegang hak cipta untuk memperoleh keuntungan finansial dari ciptaannya. Hak ini mencakup berbagai bentuk penggunaan atau pemanfaatan karya oleh pihak lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Melihat dasar hukum dari hak ini yang mengacu pada pasal 8 Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta yang menjelaskan bahwa “Hak Ekonomi adalah hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaan”, dan juga Pasal 9 Ayat (1) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, yang menjelaskan tentang hak ekonomi meliputi :

- 1) Hak untuk memperbanyak ciptaan.
- 2) Hak untuk menerbitkan ciptaan.
- 3) Hak untuk menterjemahkan ciptaan.
- 4) Hak untuk mengadaptasi, mengaransemen, atau mengubah ciptaan.
- 5) Hak untuk mendistribusikan ciptaan.
- 6) Hak untuk mengumumkan ciptaan.
- 7) Hak untuk mengkomunikasikan ciptaan kepada publik.
- 8) Hak untuk menyewakan ciptaan.

Pelanggaran terhadap hak ekonomi terjadi saat konten TikTok digunakan oleh pihak ketiga untuk kepentingan komersial tanpa izin. Bentuk pelanggaran ini meliputi:

- 1) Mengunggah ulang konten ke platform lain (TikTok, Instagram, YouTube Shorts) untuk mendapatkan pendapatan dari iklan atau traffic;
- 2) Menggunakan konten untuk promosi produk/jasa, seperti menambahkan logo merek atau menjual produk dengan memanfaatkan video orang lain;
- 3) Menjual kembali konten melalui kompilasi video dan bekerja sama dengan sponsor;
- 4) Menggunakan konten sebagai iklan di e-commerce atau media sosial tanpa memberi kompensasi kepada kreator.

Pada kenyataannya, tindakan tersebut telah menghilangkan peluang bagi pencipta untuk memperoleh keuntungan finansial dari karyanya. Pihak lain mengambil hak eksklusif kreator untuk mendistribusikan dan mengumumkan karya mereka secara komersial lalu mendapatkan untung dari melakukan komersialisasi tersebut. Salah satu alasan umum yang digunakan oleh pihak ketiga adalah bahwa konten tersebut “*sudah publik*” atau “*viral*” dan “*boleh dibagikan kesemua orang*”. Namun, bentuk alasan tersebut tidak dibenarkan secara hukum. Sesuai dengan Pasal 9 Ayat (2) Undang – Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2016 tentang Hak Cipta menyatakan bahwa penggunaan ciptaan orang lain untuk kepentingan komersial tetap memerlukan izin tertulis dari pencipta atau pemegang hak cipta tersebut. Hal ini juga dibenarkan pada kasus yang terjadi dalam pengunggahan ulang konten video yang dilakukan di Tiktok. Mengingat Tiktok juga memiliki ketentuan layanan dan juga kebijakan privasi terkait dengan Hak Cipta, maka tidak diperbolehkannya untuk melakukan pengunggahan ulang tanpa izin atas sebuah konten atau menggunakan konten orang lain tanpa izin dan menyertakan pencipta dari konten asli tersebut.

Pelanggaran hak cipta konten digital, seperti re-upload tanpa izin, dapat menyebabkan kerugian ekonomi tidak langsung bagi kreator asli, termasuk hilangnya peluang kerja sama dengan merek dan berkurangnya eksposur. Akun pihak ketiga yang mengunggah ulang sering kali memperoleh keuntungan lebih besar melalui strategi

distribusi dan promosi, sehingga mengurangi nilai eksklusivitas dan orisinalitas karya. Menurut UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, pelanggaran ini meliputi:

- 1) Pelanggaran hak moral, seperti tidak mencantumkan nama kreator atau memodifikasi konten tanpa izin.
- 2) Pelanggaran hak ekonomi, yaitu penggunaan konten untuk keuntungan tanpa persetujuan yang menyebabkan kerugian finansial.

Oleh karena itu, perlindungan hak cipta di dunia digital sangat penting untuk menjaga keadilan dan insentif bagi para kreator dalam menghasilkan karya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Konten kreator TikTok memiliki perlindungan hukum atas karya cipta yang mereka hasilkan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Konten video yang dibuat dan dipublikasikan di platform TikTok tergolong sebagai ciptaan dalam bentuk karya sinematografi yang mendapatkan hak eksklusif berupa hak moral dan hak ekonomi. Pelanggaran oleh pihak ketiga yang mengunggah ulang konten tanpa izin, terlebih untuk kepentingan komersial, merupakan pelanggaran terhadap hak cipta. Pelanggaran ini dapat ditindak melalui perlindungan hukum preventif (seperti pendaftaran ciptaan, *watermark*, dan edukasi hukum) dan perlindungan hukum represif (seperti gugatan perdata dan sanksi pidana).
- b. Hak moral dilanggar ketika nama kreator asli tidak dicantumkan atau konten dimodifikasi tanpa izin, sehingga merusak reputasi dan identitas pencipta. Hak ekonomi dilanggar ketika konten digunakan oleh pihak lain untuk mendapatkan keuntungan tanpa izin, yang berujung pada hilangnya potensi pendapatan dan eksklusivitas karya kreator. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah menyediakan mekanisme perlindungan hukum yang cukup komprehensif, namun tantangan seperti kurangnya pemahaman hukum, keterbatasan akses terhadap mekanisme pelaporan, dan identitas pelaku yang anonim masih menjadi hambatan dalam implementasinya di era digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agia Dwi Visi Utami, 2021, Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19, Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Subang, Vol. 4 No. 1
- CNN Indonesia, Tiktok Jadi Raja Aplikasi Dunia, Kalahkan Instagram Hingga WhatsApp, Diakses Pada 26 Februari 2025, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp>
- Emirzon, Joni, 2000, Alternatif Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Farahdiny Siswajanthi, dkk, 2024, *Legal Protection for Tiktok Content Creators from Re-Uploading Other Parties Without Permission Based on Law Number 28 of 2014 Concerning Copyright*, Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, Volume 11 Nomor 2
- Fatimah, S, 2022, Perlindungan Hak Ekonomi Kreator Konten dalam UU Hak Cipta, Jurnal Hukum dan Teknologi Informasi, Volume 5 Ayat 2

- Firda Ummi Kulsum, Abdul Rokhim, dan Rahmatul HidAyati, 2023, Perlindungan Hukum Kreator TikTok atas Penggunaan Konten Sebagai Merek (*Brand*) Untuk Kepentingan Komersial, Jurnal Mercatoria, Volume 16 Nomor 2
- Hermawan, Daniel, 2018, Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. Universitas Katolik Parahyangan
- Layla Mazidatus Sa'adah, dkk, 2024, Analisis Pelanggaran Hak Cipta Terhadap Ketidaketisan Penggunaan Media Sosial TikTok, JATI : Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika, Volume 8 Nomor 4
- Leo Dwi Jatmiko, Prediksi APJII Pengguna Internet RI Capai 231 Juta Pasa 2025, Diakses Pada 26 Februari 2025,
<https://teknologi.bisnis.com/read/20250123/101/1834227/prediksi-apjii-pengguna-internet-ri-capai-231-juta-pada-2025>
- Marbun, B.N, 2006, Kamus Hukum Indonesia, Sinar Harapan, Jakarta
- Naila Fadhila dan Khairani Arifin, 2023, Perlindungan Hukum Bagi Content Creator Tiktok Terhadap Praktik *Re-Upload* Konten Tanpa Izin Untuk Tujuan Komersil (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh), Jurnal Ilmiah Mahasiswa : Bidang Hukum Keperdataan. Volume 8 Nomor 2
- Saputra, R. A, 2023, Pelanggaran Hak Cipta Digital dalam Konten Media Sosial: Studi Kasus TikTok, Jurnal Hukum Digital, Volume 11 Ayat 1
- Siti Wulansari, Yudhia Ismail, dan Kristina Sulatri, 2024, Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Cipta Terkait Film Bajakan Melalui Media Online Di Telegram Ditinjau Dari Pasal 9 Ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta”, Yurijaya : Jurnal Ilmiah Hukum, Volume 2 Nomor 6
- Sumardjono, Maria S.W, 2008, Mediasi Sengketa Tanah, Kompas, Jakarta
- Undang – Undang Dasar Republik Indonesia 1945
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase Alternatif Penyelesaian Sengketa (AAPS)