E-ISSN: 3025-0994
Halaman 1517-1536
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Konten Tiktok Sebagai Objek Hak Cipta

Tulus Febriandy Panjaitan[1], Piya Septiany Junisa[2], Anggraini Saskia Paramudhita[3], Raissa Alya Fahira[4], Siti Nurhayati[5], Lia Nuraini[6]

[1,2,3,4,5,6] Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Maritim Raja Ali Haji
e-mail: tuluspanjaitanandy@gamil.com [1], 2405040017@student.umrah.ac.id [2], 2405040013@student.umrah.ac.id [3], 2405040019@student.umrah.ac.id[4], snurhayati@student.umrah.ac.id[5], lianuraini23@umrah.ac.id[6]

Abstrak

Perkembangan media sosial TikTok telah membawa perubahan signifikan dalam ekosistem ekonomi digital di Indonesia, di mana konten yang dihasilkan oleh kreator tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana hiburan, melainkan telah berkembang menjadi aset ekonomi digital yang bernilai komersial tinggi melalui fitur monetisasi, TikTok Shop, dan program afiliasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kedudukan konten TikTok sebagai objek hak cipta dalam perspektif hukum bisnis serta menganalisis bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada kreator atas hak moral dan hak ekonominya. Permasalahan yang dikaji meliputi bagaimana konten TikTok dapat dikualifikasikan sebagai ciptaan yang dilindungi berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, serta bagaimana efektivitas penerapan perlindungan tersebut menghadapi praktik pelanggaran seperti re-upload tanpa izin, penghapusan watermark, dan live streaming ilegal, sebagaimana tercermin dalam kasus Windah Basudara. Hasil kajian menunjukkan bahwa konten TikTok pada dasarnya telah memenuhi unsur ciptaan yang dilindungi secara deklaratif sejak diwujudkan dalam bentuk nyata, namun penerapan perlindungan hukumnya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, antara lain kekosongan norma terkait tanggung jawab platform digital, sifat penegakan hukum yang masih reaktif, kesulitan pembuktian terhadap pelaku anonim, serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa diperlukan langkah perlindungan yang lebih komprehensif, mencakup penguatan regulasi, pencegahan dini oleh kreator, penerapan teknologi deteksi otomatis, serta penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, guna memastikan hak moral dan hak ekonomi kreator TikTok terlindungi secara optimal sejalan dengan perannya sebagai instrumen ekonomi digital yang terus berkembang.

Kata kunci: Hak Cipta, Konten Creator TikTok, Perlindungan Hukum, Aset Ekonomi Digital, Hukum Bisnis

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Tiktok merupakan aplikasi sosial yang sangat banyak digunakan tak hanya oleh pelaku bisnis tapi juga influencer, selebgram, dan kegunaan lainnya yang banyak sekali memberikan manfaat. Keistimewaan Tiktok ini adalah dapat menghasilkan uang yang dimana banyaknya pengikut dapat menghasilkan uang dari jumlah pengikut. Lalu video yang telah dibuat dan kemudian diupload dalam media sosil seperti Tiktok kemudian dapat diputar secara otomatis tanpa peringatan. Bintang ataupun selebgram Tiktok yang populer dapat dibayar US$ 0,005 per pengikut.

Di Indonesia, pendekatan monetisasi telah berkembang seiring dengan meningkatnya pengguna internet dan perubahan perilaku konsumsi media. Monetisasi media Tiktok merujuk pada serangkaian strategi dan mekanisme yang digunakan oleh perusahaan media untuk memperoleh pendapatan dari distribusi konten berbasis internet. Dalam konteks ini, media Tiktok mencakup berbagai platform, termasuk situs web, aplikasi mobile, hingga layanan video streaming. Monetisasi bisa menjadi alternatif dalam mendukung manajemen untuk tetap bisa beroperasi, mengingat setiap manajemen bahkan seperti akun media sosial juga membutuhkan biaya dalam operasional isi konten akunnya.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini telah membawa peubahan yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan di Masyarakat, Perkembangan teknologi yang semakin maju, didukung dengan penggunaan perangkat digital yang semakin luas, telah mengubah pola komunikasi, interaksi sosial, hingga aktivitas ekonomi masyarakat. Kehadiran media sosial diberbagai platform seperti Tiktok memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk meningkatkan aktivitas ekonomi setiap Masyarakat serta menciptakan dan menyebarluaskan karya kreatif seperti pembuatan konten Tiktok secara cepat.

Konten Tiktok di era sekarang ini menjadi straregi ekonomi yang vital, tidak hanya bagi individu yang menghandalkan pendapatan dari hasil karya konten Tiktoknya, tetapi juga bagi pertumbuhan industri kreatif nasional yang diharapkan mampu menjadi salah satu penopang ekonomi Indonesia. Dengan adanya suatu karya konten Tiktok ini menunjukan adanya pertumbuhan segnifikan dari tahun ke tahun. Pada saat ini potensi tersebut tidak diiringi oleh perlindungan hukum yang seimbang Oleh karena itu banyak sekali creator atau pembuat konten Tiktok menghadapi tantangan serius terkait pelanggaran hak cipta, yang meliputi penyalagunaan, pembajakan, plagiarisme, dan eksploitasi konten Tiktok tanpa izin yang kerap kali terjadi masif di era pada saat ini.

Kemudahan akses dapat memberikan celah bagi pelaku bisnis online yang tidak bertanggung jawab untuk memanfaatkan fitur tiktok guna pelanggaran hak cipta demi keuntungan pribadi. Cara yang paling umum merupakan dengan cara mengunggah ulang konten tersebut tanpa watermark dan tanpa adanya persetujuan dari pencipta aslinya. Dengan alasan bahwa produk yang dia jual adalah barang sama atau serupa padahal itu merupakan duplikatnya. Hal tersebut tentu saja merugikan pencipta asli konten Tiktok tersebut.

Di Indonesia, perlindungan hukum terhadap hak cipta sebenarnya telah diatur dalam Undang-undang No. 28 Tahun 2014 tentang hak cipta. Tetapi, dalam dunia nyata ataupun dalam praktiknya penegakan hukum dirana Konten Tiktok masih menghadapi berbagai kendala struktual dan teknis. Dimana dapat kita lihat saat ini lemahnya system pelaporan

pelanggaran, rendahnya literasi pehaman hukum terhadap creator atau pembuat karya konten Tiktok, keterbatasan akses terhadap layanan hukum, serta belum scara maksimalam dalam mengoptimalkan lisensi digital yang seharusnya dapat melindungi hak para pencipta. Dengan kondisi hal tersebut memperliatkan adanya kesenjangan pertumbuhan antara industri kreatifitas konten Tiktok dan kesiapan sistem perlindungan hukum yang seharusnya dapat menopang pertumbuhan ekonimi diera digital melalui konten Tiktok.

METODE PENELITIAN

Metode normatif adalah pendekataan penelitian yang digunakan untuk dalam menganalisis norma-norma, prinsip-prinsip ataupun aturan yang ada dalam suatu sistem terutama dalam bidang hukum. Penelitian hukum normatif biasanya hanya berupa studi dokumen yang menggunakan bahan hukum seperti peraturan perundang-undangan, keputusan/ketetapan pengadilan, kontrak/akad/perjanjian, teori hukum, serta pendapat para ahli atau sarjana. Istilah lain dari penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum doktrinal, yang juga dikenal sebagai penentuan perpustakaan atau studi dokumen. Dibuatanya metode penelitian dengan metode penelitian normatif untuk bertujuan memahami, menginterprestasikan, dan menilai bahwa peraturan ataupun hukum tersebut sudah berdasarkan denga napa yang dianggap sebagai ideal atau yang diinginkan.

Menurut Prof. Satjipto Rahardjo, metode normatif merupakan suatu pendekatan dalam penelitian hukum yang menitikberatkan pada kajian terhadap norma-norma yang ada dalam sistem hukum. Metode ini mencoba untuk memahami dan menganalisis isi norma hukum, baik yang tertulis maupun yang berlaku secara tidak tertulis, serta hubungan antara normanorma tersebut

Menurut Peter Mahmud Marzuki, menyatakan bahwa penelitian hukum normatif merupakan suatu aturan hukum, prinsip hukum, dokter dan hukum yang digunakan untuk menjawab persoalan hukum yang sedang dihadapi pada. Penelitian hukum jenis normatif digunakan untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru sebagai preskripsi dalam menyelesaikan suatu masalah yang sedang dihadapi.

Dalam penulisan artikel ilmiah, penulis menggunakan sumber bahan hukum penelitian berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan non hukum. Bahan hukum primer yang digunakan berupa peraturan perundangan-undangan. Bahan hukum sekunder yang digunakan oleh penulis sebagai bahan penyusun artikel berupa jurnal hukum hukum, pandangan para ahli, ensiklopedia hukum. Sedangkan bahan non-hukum sebagai bahan penulisan menggunakan buku atau sumber lain diluar dari bidang hukum.

Penulis melakukan penelitian ini dengan dilakukan dengan cara prosedur pengumpulan data dengan melakukan library research untuk mengkaji, meneliti, menganalisis, dan menelusuri data sekunder yang berkaitan dengan penelitian Penulis. Meneliti bahan pustaka berupa data sekunder, serta menggunakan pendekatan terhadap asas-asas yang terdapat di dalam hukum dan peraturan perundang-undangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Konten Tiktok Sebagai Objek Hak Cipta Dalam Perspektif Hukum Bisnis

Undang-Undang Hak Cipta awalnya dibentuk pada tahun 1982 yang menggantikan peninggalan Belanda dengan dibentuknya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 dan kemudian seiring perkembangan zaman diubah menjadi Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta. Perkembangan perubahan tersebut menjadi acuan bahwa perlunya pendaftaran hak cipta untuk melindungi kreatifitas yang dihasilkan oleh pikiran manusia itu sendiri. Pendaftaran tersebut tentunya membuat ciptaan mereka diakui dan tidak mudah untuk ditiru. Proses pendaftaran tentunya memiliki proses yang panjang meskipun mudah. Adanya undang-undang ini membuat para pelaku konten kreator merasa terlindungi terhadap ide yang mereka hasilkankan.

Pada dasarnya konten tiktok merupakan suatu objek hak cipta apabila telah tertuang dalam bentuk ciptaan. Ciptaan tersebut merupakan suatu karya orisinal yang terbentuk dari kreativitas seseorang dengan mengorbankan pikiran, tenaga, hingga watktu dan telah dituangkan dalam bentuk nyata. Hal ini selaras dengan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang mengatakan bahwa ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecepatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuknya nyata. Konten Tiktok umumnya dibuat berdasarkan kreativitas kreator, seperti keahlian dalam penyunting video, pengambilan gambar, ide dalam pengeditan atau bahkan ide dari konten tersebut, sehingga dapat dijadikan objek hak cipta dan berhak untuk mendapatkan perlindungan.

Kualifikasi konten TikTok sebagai objek Hak Cipta juga dapat dilihat dari jenis ciptaan yang dilindungi berdasarkan Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Berdasarkan pasal tersebut konten tiktok dapat dijadikan sebagai ciptaan yang dapat dilindungi yang pada umumnya berjenis drama, tarian, koreaografi, sinematografi, lagu, musik, dan karya fotografi. Secara yuridis, hak cipta dalam konten tiktok mendapatkan hak secara deklaratif ketika konten tersebut diciptakan. Hal ini sejalan dengan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014, yang menyatakan Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, suatu konten tiktok akan menjadi objek hak cipta serta mendapatkan perlindungan apabila sejak diwujudkan dalam bentuk nyata sebagai karya digital.

Selain memiliki perlindungan sebagai objek hak cipta. Konten tiktok juga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi dalam praktik bisnis digital. Perlindungan terhadap konten tiktok sebagai objek hak cipta tidak hanya bertujuan untuk menjaga hak ekonomi dan hak moralnya, namun juga memberikan kepastian hukum terhadap pemanfaatan komersial dari konten yang dihasilkan. Melalui beberapa fitur seperti monetisasi yang disediakan oleh Tik tok, konten kreator bisa memperoleh keuntungan ekonomi dari karya yang mereka ciptakan. Dengan demikian, pembahasan mengenai kekuatan tiktok sebagai objek hak cipta tidak dapat terpisahkan dari aspek hukum bisnis yang berkaitan dengan nilai komersial atas suatu ciptaan.

Era ini, media sosial telah menjadi sesuatu yang tidak bisa diabaikan oleh banyak orang, dan salah satu platform yang banyak diminati saat ini adalah TikTok. Banyak orang memanfaatkan aplikasi TikTok untuk melakukan bisnis dengan menciptakan berbagai konten dan melakukan siaran langsung. Berdasarkan informasi dari data internal, nilai total barang yang ditransaksikan di aplikasi TikTok di Asia Tenggara pada tahun 2022 meningkat empat kali lipat secara signifikan menjadi 4,4 miliar USD atau sekitar Rp. 66,7 triliun. Pertumbuhan ini disokong oleh fitur belanja TikTok yang membuat pengalaman belanja pengguna semakin nyaman. Berbagai kemudahan, seperti fitur transaksi di TikTok, memungkinkan konsumen untuk berbelanja dengan lebih praktis, di mana penjualan produk secara langsung di dalam aplikasi merupakan salah satu fitur terbaru. Dengan demikian, platform e-commerce lainnya masih mendominasi, tetapi dengan diperkenalkannya fitur menarik, TikTok Shop diyakini akan terus berkembang pesat. Seperti yang telah disebutkan, TikTok terus merilis fitur-fitur baru, termasuk pembuatan konten yang dapat membantu promosi dan penjualan produk, serta memudahkan konsumen dalam bertransaksi langsung di aplikasi.

TikTok Indonesia secara resmi meluncurkan TikTok Shop pada 17 April 2021. TikTok Shop adalah platform e-commerce yang dipercaya masyarakat karena memberikan pengalaman berbelanja yang mudah, memuaskan, dan aman bagi berbagai merek, mulai dari yang kecil hingga besar. Kreator, penjual, dan pembeli mendapatkan banyak kemudahan dalam bertransaksi. Sebelumnya, influencer yang berkolaborasi dengan pemilik merek harus menyediakan tautan terpisah bagi konsumen untuk melakukan pembelian, tetapi sekarang mereka tidak membutuhkan aplikasi berbeda untuk menjual produk. Semua bisa dilakukan langsung di aplikasi TikTok, yang sangat mendukung kelancaran bisnis di platform tersebut. TikTok Shop terbukti mampu membantu perkembangan pemilik merek dalam menjual produknya, dengan hasil bisnis mencapai 24%. Dengan demikian, TikTok berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Sekitar 24% pengguna melakukan pembelian setelah menemukan barang melalui platform TikTok. Temuan ini mengindikasikan bahwa TikTok tidak hanya berperan sebagai sumber hiburan, tetapi juga sebagai alat pemasaran dan penjualan yang handal yang memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi di indonesia dalam laporan Dampak Ekonomi TikTok di Indonesia (2024) menguraikan bahwa sejumlah besar UMKM di Indonesia menggunakan TikTok sebagai alat pemasaran digital, yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, perluasan pasar, serta penciptaan pekerjaan TikTok Affiliate efektif dalam meningkatkan tampilan produk UMKM, memperluas akses ke pasar, serta membantu meningkatkan pendapatan para pelaku usaha melalui promosi yang dilakukan oleh para kreator konten di Indonesia. Tidak hanya itu terdapat lebih dari 126 juta pengguna TikTok, menjadikannya salah satu pasar TikTok terbesar secara global.

Selain daripada itu, TikTok Afiliasi memberi kesempatan bagi pemilik produk untuk bekerja sama dengan pembuat konten dalam mempromosikan barang mereka. Sistem komisi yang diterapkan memotivasi kreator untuk menciptakan konten menarik yang mendorong audiens untuk membeli. Dengan kata lain, strategi pemasaran ini tidak hanya menguntungkan pemilik produk, tetapi juga memberikan kesempatan tambahan bagi kreator untuk mendapatkan penghasilan. TikTok afiliasi menunjukkan bahwa konten di TikTok tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga sumber peningkatan nilai ekonomi bisnis di dunia digital. Dengan

demikian, konten yang dihasilkan melalui platform TikTok dapat dikategorikan sebagai kekayaan intelektual yang memiliki nilai ekonomi dan nilai komersial, sehingga keberadaannya relevan untuk dikaji dalam perspektif hukum bisnis dan perlindungan hak cipta.

Konten tiktok sebagai aset ekonomi digital yang bernilai komersial memiliki beragam banyak manfaat di antaranya sebagai peluang *affiliate*, konten-konten edukasi hingga menjadi pusat perbelanjaan atau yang dikenal dengan *e-commerce.* Konteks e-commerce, pemilik konten dapat menjual produk secara fisik maupun digital, seperti film, musik, buku elektronik (*e-book*) dan karya seni digital lainnya kepada konsumen melalui platform e-commerce seperti; Shopee, Lazada, TikTokShop, Tokopedia, dan lain sebagainya. Hal ini tentunya memunculkan resiko hukum yang baru seperti re-upload video tanpa izin, penghapusan watermark dan sebagainya demi kepentingan komersial. Perlindungan Undang-Undang Hak Cipta belum cukup sehingga perlunya perlindungan khusus dalam konten tiktok sebagai aset ekonomi digital sangat diperlukan. Agar terciptanya keamanan yang ketat untuk para konten kreator yang bekerja dalam bidangnya.

Sebenarnya perlindungan bagi konten tiktok itu sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cpita dimana perlindungan khususnya itu belum dapat kita temui sampai sekarang. Tetapi bisa dilakukan dengan memberikan informasi kepada masyarakat dengan menekankan pentingnya larangan pembajakan ataupun penjiplakan konten seseorang agar dapat meminimalisir terjadinya hal itu. Perusahaan dan platform *e-commerce* juga berperan penting dalam kelancaran bisnis mereka, yang dimana mereka dapat membuat kebijakan untuk menghukum para penjiplak konten atau bisnis mereka. Maka dari itu sebuah konten ataupun ide yang lahir perlu di daftarkan hak ciptanya di DJKI agar karya tersebut jika di jiplak oleh seseorang maka dapat di laporkan karena data pencipta yang duluan melahirkan ide tersebut tercatat dalam DJKI. Tentunya hal tersebut merupakan langkah awal ataupun bisa di sebut sebagai perlindungan khusus dalam melindungu konten tiktok yang bernilai komersil.

Penelitian terdahulu yang membahas “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK CIPTA CONTENT CREATOR VIDIO YOUTUBE YANG DIUNGGAH ULANG TANPA WATERMARK PADA PLATFORM TIKTOK DAN FACEBOOK” hanya membahas tentang permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah meningkatnya pelanggaran hak cipta terhadap content creator YouTube, khususnya dalam bentuk pengunggahan ulang video tanpa watermark di platform TikTok dan Facebook. Dalam penelitian selanjutnya, “PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG HAK CIPTA ATAS LAGU YANG DIUNGGAH PADA APLIKASI TIKTOK” hanya membahas bagaimana perlindungan hukum bagi pemegang hak cipta lagu yang diunggah pada aplikasi tiktok, tidak membahas perlindungan secara keseluruhan di tiktok. Meskipun begitu, penelitian ini menjelaskan bagaimana hubungan hukum pengguna aplikasi tiktok dengan pemegang hak cipta yang tertuang dalam *User Generated Content. secara hak moral dan tanggung jawab secara hak ekonomi.* Pengunggahan lagu yang dilakukan oleh pengguna aplikasi Tiktok tanpa disadari membawa implikasi secara yuridis. Pelanggaran ini terjadi karena pengguna kurang memahami apa yang tercantum pada User Generated Content dimana seharusnya melakukan ijin terlebih dahulu terhadap pemegang hak cipta dari lagu tersebut ketika akan menggunakan lagu dan adanya penghilangan sebagian ciptaan serta perubahan pada ciptaan lagu tersebut.

Penelitian terdahulu umumnya mengkaji konten TikTok sebagai objek hak cipta yang berfokus pada perlindungan hak moral dan hak ekonomi kreator. Namun, kajian tersebut belum secara spesifik menempatkan konten TikTok sebagai aset ekonomi digital yang memiliki nilai komersial dalam ekosistem bisnis berbasis platform. Padahal, perkembangan fitur monetisasi, TikTok Shop, afiliasi, dan kerja sama komersial antara kreator dengan pelaku usaha menunjukkan bahwa konten TikTok tidak lagi sekadar menjadi media ekspresi kreatif, melainkan telah berkembang menjadi instrumen ekonomi yang menghasilkan nilai tambah dan pendapatan. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pendekatan yang menempatkan konten TikTok tidak hanya sebagai objek hak cipta, tetapi juga sebagai aset ekonomi digital yang memiliki nilai komersial dalam ekosistem bisnis digital. Penelitian ini menghubungkan aspek hak cipta dengan mekanisme peluang *affiliate*, konten-konten edukasi hingga menjadi pusat perbelanjaan atau yang dikenal dengan *e-commerce.* Konteks e-commerce, pemilik konten dapat menjual produk secara fisik maupun digital, seperti film, musik, buku elektronik (*e-book*) dan karya seni digital lainnya kepada konsumen melalui platform e-commerce seperti; Shopee, Lazada, TikTokShop, Tokopedia, dan lain sebagainya., sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif mengenai urgensi perlindungan hukum terhadap konten digital.

B. **Pelindungan Konten Tiktok Sebagai Objek Hak cipta**

Konten tiktok yang dibuat oleh pembuat konten TikTok itu sendiri seringkali dieksploitasi untuk kepentingan komersial oleh banyak pihak tanpa sepengetahuan ataupun tanpa izin dari Pembuat konten tiktok yang aslinya, sehingga merugikan pembuat konten TikTok itu sendiri. Dalam membuat konten-konten tersebut, seringkali mendapatkan cuan jika konten tersebut viral atau fyp yang terkenal di kalangan generasi Z. Hal itu tentunya memudahkan orang untuk menggunakan ulang konten tanpa seizin pencipta, dan bahkan semenjak adanya fitur simpan video tanpa watermark membuat konten tersebut semakin mudah untuk dijiplak. Maka dari itu, selain tiktok ini memberikan sisi positif juga memberikan sisi negatif dalam hal ciptaan itu sendiri.

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta (UUHC) secara jelas melindungi karya kreatif individu dalam berbagai macam bentuk, termasuk karya digital yang diunggah di media sosial seperti TikTok. Video yang dihasilkan oleh seorang kreator TikTok adalah hasil karya dalam kategori sinematografi, sesuai yang dijelaskan dalam Pasal 40 huruf m Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Hak cipta memberikan dua bentuk perlindungan utama, yaitu Hak Moral dan Hak Ekonomi.

Hak Moral dan juga Hak Ekonomi diatur dalam pada pasal 5 dan 8 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta, bahwa dalam Pasal 5 ayat 1 huruf a. Dengan adanya pasal tersebut berarti dapat menjelaskan bahwa pencipta memiliki hak untuk di cantumkan namanya sebagai pembuat karya. Karena sebagai pencipta ia memiliki hak untuk tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya.Akan tetapi, dalam praktiknya belum efektif karena masih banyak orang-orang yang melakukan pengunggahan ulang tanpa izin demi kepentingan komersial seperti penjualan produk online, monetisasi YouTube (dibuat klip

lalu di upload ulang ke YouTube dan tiktok), endorsement produk, dan kampanye tanpa mencantumkan nama asli Pencipta.

Dengan adanya Tindakan seperti itu maka Hak pencipta menjadi terabaikan dalam segi hak moral karena sebagai pencipta ia kehilangan pengakuan terhadap identitas karya yang ia buat. Sehingga diperlukan atribusi terhadap pencipta dan mekanisme yang lebih tegas dalam platform digital terutama dalam aplikasi media sosial seperti tiktok. Dalam Segi Hak Ekonomi telah diatur dala 9 ayat (3) yang dimana dalam pasal ini telah mengatur Hak Ekonomi. Akan tetapi masih saja ada pihak yang melakukan proses pengunggahan ulang atau "re-upload" yang di mana hal tersebut termasuk perbuatan "penggandaan" yang sudah dilarang di UU Hak cipta Pasal 9 ayat (3). Sehingga hak ekonomi sulit terlindungi karena dapat dengan mudah di re-upload dan di sebar luaskan dalam hitungan detik. Hal ini membuat Lemahnya UU hak cipta dalam segi praktek karena Undang-undang ini di buat sebelum sosial media berkembang pesat seperti sekarang, sehingga secara perlindungannya belum cukup optimal dalam penerapannya di fitur-fitur yang terdapat di aplikasi tiktok.

Menurut Pasal 95 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014, pemilik hak cipta berhak mengajukan tuntutan perdata ke Pengadilan Niaga apabila terjadi pelanggaran, misalnya penggunaan kembali konten tanpa izin demi mendapatkan keuntungan secara ekonomi. Bentuk pengaduan bisa berupa meminta menghentikan pelanggaran, mengganti kerugian materiil dan immateriil, serta memperbaiki reputasi. Penulis memberi contoh kasus pribadi saat siaran langsung di TikTok direkam dan diunggah ulang oleh akun lain tanpa izin, dengan tujuan untuk keuntungan komersial. Tindakan ini melanggar Pasal 9 ayat (1) dan Pasal 113 ayat (3) Undang-Undang Hak Cipta, dan bisa dikenai hukuman pidana berupa penjara selama maksimal 4 tahun atau denda sebesar Rp1 miliar.

Penyelesaian dilakukan dengan melaporkan ke TikTok, dan akhirnya video yang melanggar aturan dihapus. Contoh lain terjadi pada Youtuber yaitu Windah Basudara yang video live youtube nya telah dimanfaatkan dan diunggah keTiktok demi mendapatkan komisial ataupun demi kepentingan lainya tanpa adanya izin dari pemilik aslinya, yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Meski sudah dilaporkan ke polisi, penyelesaiannya hanya berupa klarifikasi publik dan pelaporan akun yang melanggar, tanpa ada tindakan hukum lebih lanjut. Setelah laporan masuk ke TikTok, pihak platform langsung mengambil tindakan dengan menghapus video dari akun yang melanggar aturan.Tindakan ini merupakan pelanggaran terhadap hak ekonomi dan moral pemilik hak cipta, sesuai dengan ketentuan 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 karyanya.Selain itu, memperbanyak dan memanfaatkan konten tanpa izin untuk tujuan komersial merupakan tindak pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 113 Ayat (3), dengan ancaman hukuman penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda hingga satu miliar rupiah.Lebih lanjut, penggunaan konten sebagai testimoni palsu juga dapat 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.

Sehingga dalam hal ini Undang-Undang Hak cipta sulit untuk di terapkan karena dalam segi pembuktian sulit untuk mengidentifikasi pelaku karena penggunaan akun yang bersifat anonim atau akun tanpa nama yang tidak diketahui identitasnya, banyak konten kreator atau pencipta tidak memahami proses prosedur hukum dalam menuntut pelaku yang melakukan pelanggaran, dan dalam segi penegakan hukum aparat masih bersifat "reaktif" dan menunggu laporan dari pencipta contohnya seperti aparat penegak hukum berwenang baru akan bergerak apabila terjadinya sebuah pengaduan resmi dari pencipta apabila pencipta atau pemegang hak cipta merasa di rugikan. Untuk segi perlindungan normatif penerapannya memang sudah cukup akan tetapi dalam segi efektivitasnya masih sangat rendah karena masih banyak pelaku re-upload TikTok yang melakukan proses penggandaan, banyak pelanggaran baru yang di ciptakan setelah pencipta melakukan proses laporan, penegakkan hukum yang terlambat karena proses take down yang membutuhkan waktu cukup lama dan kurangnya kesadaran hukum yang terjadi karena kurangnya pemahaman bahwa mengunduh atau mengunggah ulang adalah perbuatan melanggar hak cipta.

Pelanggaran hak cipta sudah diatur dalam UU no 28 tahun 2014 tentang hak cipta, terdapat di pasal 8. Hal ini menjelaskan bahwa pencipta memiliki hak dalam memperoleh keuntungan dalam segi ekonomi dari karya yang ia ciptakan seperti penggandaan, pemanfaatan, pendistribusian ciptaan secara komersial yang terdapat di pasal 9, dalam pasal 9 ayat (2) setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi yang dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin dari pencipta atau pemegang hak cipta. Apabila orang tersebut melakukan tanpa izin sesuai dengan yang diatur dalam pasal 9 ayat (3) berarti secara tidak langsung orang yang melakukan tanpa izin itu adalah seseorang yang melanggar aturan pelanggaran hak ekonomi yang terdapat di pasal 8 dan 9.

Akibat dari pelanggaran yang dilakukan maka terjadilah kerugian dalam hak ekonomi sehingga pemegang hak cipta memiliki hak untuk meminta atau memperoleh ganti rugi hal ini sudah diatur dalam pasal 96, akan tetapi jika terjadi pelanggaran hak ekonomi maka sengketa tersebut dapat diselesaikan dengan melakukan alternatif penyelesaian sengketa, arbitrase, atau pengadilan yang terdapat di pasal 95, pemegang hak cipta berhak mengajukan gugatan ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada pasal 99 ayat (3)Dapat berupa permintaan untuk menyerahkan seluruh atau sebagian penghasilan yang diperoleh oleh orang yang melakukan pelanggaran atas hak cipta atau produk hak yang terkait paling lama 6 bulan yang sudah diatur dalam pasal 96. Namun dalam penerapannya di aplikasi platform digital seperti Tik tok, pasal 54-56 memiliki fungsi dalam mencegah dan menanggulangi hak cipta di platform digital seperti mengatur pengawasan dan penutupan akses terhadap konten-konten yang melanggar hak cipta.Sehingga dengan ini masih terdapat kekosongan norma tentang sejauh mana Tik tok dapat bertanggung jawab terhadap pelanggaran hak cipta atas pelanggaran yang dilakukan oleh penggunanya.

Selain itu UU no. 11 tahun 2008 Jo. UU no 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik atau disebut dengan UU ITE, di dalam UU ITE ini pasal 15 dan 16 mengatur tentang tanggung jawab dalam mengoperasikan sistem elektronik sebagaimana mestinya, menyelenggarakan sistem elektroniknya, serta memiliki mekanisme berkelanjutan dalam menjaga kebaruan. Dalam pasal 40 ayat (2b) menjelaskan bahwa pemerintah yang berwenang berhak melakukan pemutusan akses terhadap konten-konten yang melanggar

hukum. Undang-undang ini tidak memiliki ketentuan dalam mengatur pertanggungjawaban platform digital seperti Tik tok secara tegas dalam kerugian ekonomi yang dialami pencipta atas pelanggaran hak cipta yang dilakukan oleh pengguna. Sehingga dengan ini terjadilah sebuah kekosongan norma yang berkaitan dengan tanggung jawab platform digital seperti Tik tok, karena undang-undang hanya mengatur penghapusan konten tetapi belum jelas dalam mengatur tanggung jawab kerugian di platform digital tersebut kepada pencipta. Dalam pasal 54-56 undang-undang hak cipta sendiri menjelaskan dalam sistem elektronik dapat ditangani dengan sistem “take down” atau pelaporan dan penutupan akses konten. Akan tetapi hal tersebut bersifat “reakrif” karena harus mendapatkan laporan terdahulu baru dilakukan atau diciptakan peraturan pelanggaran baru setelah dilakukan pelaporan oleh pemilik hak cipta. Sehingga dengan ini hak ekonomi masih sangat belum optimal karena yang dirasakan terlebih dahulu oleh pemilik hak cipta tersebut yaitu adalah kerugian sebelum terjadinya penanganan dalam penutupan akses atau penghapusan konten.

Diera digital saat ini, media sosial sekarang sering sekali terjadinya kemudahan distribusi konten sangat rentan untuk digunakan seperti re-upload vidio tiktok pencurian konten affiliate, penghapusan watter mark, dan live strming illegal tanpa adanya perizinan dari pencipta aslinya. Yang Dimana salah satu kasusnya yaitu live stramiing illegal windah basudara yang menjadi salah satu bukti nyatanya penyalagunaan tersebut. Yang dimana windah memiliki haak eksklusif atas karya siaranya, tetapi windaa basudara mendapatkan bahwasanya livenya telah di-restream di tiktok atau penguluangan live streming illegal ditiktok tanpa adanya izin. Dimana para pelaku memanfaatkan hal tersebut demi mendapatkan keuntungan pribadi melalui fitur monetisasi tiktok seperti gift, donasi, atau peningkatan engagement. Dengan adanya peristiwa tersebut maka telah bertentangan dengan undang-undang No 28 Tahun 2014 tentang hak cipta yang dalam undang-undang. Adanya peristiwa seperti itu merupakan bentuk pelanggaran terhaap hak ekonomi dan hak moral winda basudara.

Live streming eligal dalam kasus winda basudara ditiktok, terliat adanya dua pelanggaran hak yaitu hak moral dan juga hak ekonomi, yang dimana seharusnya winda basudara mendapatkan hak ekonomi dan juga hak moral. Hak moral dalam kasus ini telah terjadianya pelanggaran hak moral karena dalam live streming illegal tersebut tidak mencatumkan identitas pribadi pencipta asli dan karna hal tersebut dapat menyesatkan para penonton live streming illegal tersebut terkait dengan pemilik sebenarnya dari konten live tersebut. Hak ekonomi dalm kasus ini windah basudara selaku pemilik asli konten dilanggar karena pihak lain menyiarkan ulang siaran live di tiktok tanpa adanya izin dan adanya monetisasi konten yersebut melalui fitur gift, peningkatan layanan, dan donasi.

Dengan adanya Tindakan tersebut yaitu melanggar hak ekonomi dan juga hak moral hal tersebut telah melanggar pasal 9 ayat (1) UU hak cipta, oleh sebab itu perbuatan ataupun Tindakan dapat dikatagorikan sebagai perbuatan melanggar hukum dan para oknum-oknum atau pelaku-pelaku yang bersangkutan dalam tindakakn melanggar hukum tersebut akan dikenakan berupa hukum pidana dan perdata yang terdapat dalam pasal 113 UU hak cipta. Hukuman pidananya yaitu berupa hukuman penjarera paling lama 10 Tahun dan/atau denda maksdimal sebesarv Rp4 Meliar.

Tindakan seperti live streming illegal yang karyanya disiarkan ulang tanpa izin oleh oknum-oknuum melalui fitur live streming ditiktok tidak hanya menyentu aspek pelanggaran hukum, tetapi juga menyinggung aspek etis dan sosial. Negara telah memiliki peraturan ataupun perangkat hukum guna mengatur serta memberikan perlindungan terhadap hak cipta, tetapi pada sisi lain implementasi serta penegakan hukum tersebut kurang efektif. Dengan adanya perbuatan Tindakan tersebuat tidak hanya melanggar Undang-undang No 28 Tahun 2014. Dalam pengimplementasian terhadap Undang-undang tersebut dalam ruang lingkup digital lintas batas seperti tiktok masih menghadapi sering sekali menghadapi hambatan, yang meliputi seperti kesulitan yuridiksi, kurangnya instrument pelaporan yanhg efisien, hinga belum secara optimal peran pemerintah dalam menjalankan kerja sama dengan platfom lain seperti platfrom global untuk terhadap perlindungan kretaor local seperti winda basudara.

Tanpa adanya sistem control dan perlindungan yang kuat platform digital menjadi salah satu bagi oknum oknum yang ingin mengekploitasi secara illegal demi mendapatkan keuntungan pribadi mereka. Oleh karena itu pentingnya menegaskan perlindungan hukum terhadap hak cipta terhadap konten creator diera digitall saat ini tidak hanya membutukan regulasi yang kuat tetapi juga kolaborasi anatara pemerintah, penyedia pllatfrom sarta para creator sendiri dalam membangun sistem yang adil dan berkelanjutan.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mengatakan bahwa hak cipta itu berasal dari hak eksklusif yang timbul dari diri manusia dan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Terdapat hak ekonomi, moral dalam hak cipta ini sendiri. Banyak sekali hal-hal yang diciptakan manusia namun belum di atur dengan baik terhadap ciptaannya itu. Jika suatu ciptaan tidak dikelola secara tertib berdasarkan hukum yang berlaku, maka akan terjadi pelanggaran yang menimbulkan sengketa antara pemilik dengan pengelola hak cipta itu sendiri. Maka dari itu diperlukan seperangkat aturan ataupun sanksi yaitu berupa royalty yang diberikan kepada mereka yang melakukan jiplak atau penggunaan ulang konten tiktok tanpa adanya izin dari orang yang membuat konten tiktok aslinya serta untuk mencegah kemungkinan terjadinya pelanggaran hak cipta oleh mereka yang tidak bertanggungjawab.

Royalty adalah pembayaran yang diberikan kepada pencipta konten tiktok atau sebagai pemegang hak cipta asli terhadap konten tiktok tersebut atas penggunaan karya mereka yang digunakan sebagai sumber pendapatan bagi penduplikat yang tanpa meminta izin kepada pemegang hak cipta aslinya. Pemberian royalty merupakan aspek kunci yang harus diperhatikan untuk memastikan keadilan bagi seseorang yang membuat konten tiktok atau pencipta konten tersebut.

Dengan hal tersebut dapat keterikatan dengan Undang-Undang Dasar 1945 Republik Indoneia meskipun undang-undang 1945 tidak secara khusus membahas tentang hak cipta atau konten tiktok, namun prinsip-prinsip yang terkandung didalamnya dapat menjadi landasan untuk memastikan perlindungan hak cipta dan keadilan bagi pemegang hak cipta.

Pada Pasal 28F UUD 1945 mencangkup hak cipta sebagai salah satu bentuk kekayaan intelektual. Dengan adanya prinsip ini menegaskan pentingnya mengakui dan melindungi hak pemilik karya, termasuk konten tiktok yang diwakili oleh pemegang hak cipta. Dengan demikian, dalam implementasi pemberian royalty perlindungan hak cipta pemegang hak cipta dijamin sesuai dengan prinsip yang tercantum dalam UUD 1945.

Selain itu, prinsip-prinsip keadilan yang terkandung dalam UUD 45 juga relevan dalam konteks ini. Pasal 27 ayat (1) UUD 45 menyatakan bahwa "segala warga negara bersamaan kedudukannya dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjaga persatuan." Dalam hal ini, keadilan dalam distribusi royalti terhadap adanya penduplikatan ataupun pencurian konten di platform pada TikTok juga penting untuk memastikan bahwa semua pemegang hak cipta diperlakukan secara adil dan setara dalam hal penerimaan royalti. Prinsip ini memperkuat urgensi untuk menciptakan sistem yang transparan, terbuka, dan adil dalam pembagian royalti bagi pemegang hak cipta

Undang-Undang Hak Cipta sudah mengatur terkait hal tersebut, akan tetapi dalam penerapannya untuk melindungi content creator tiktok tersebut belum terlaksana dengan baik. Perlunya langkah hukum terhadap konten yang di re-upload tanpa watermark memberikan hak eksklusif kepada pencipta untuk memperoleh manfaat ekonomi dari karyanya. Hak eksklusif ini melekat secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif yang berarti pencipta memliki wewenang penuh atas karyanya. Maka dari itu, perlu lah perlindungan hukum agar hak-hak pencipta itu terlindungi sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta. Karena karya yang memiliki nilai cenderung lebih tinggi rentan terhadap pelanggaran.

Sebagian besar pengguna platform video pendek menggunakan teknik pengeditan umum yang tersedia di platform, seperti memadukan konten eksternal, fitur duet dan penggabungan, keterangan, gambar, dan efek layar hijau untuk membuat videonya. Mereka juga mengikuti tren TikTok yang populer menyampaikan pesan mereka, seperti gaya pembuatan film, audio yang sedang tren, dan tagar. Namun, undang-undang hak cipta yang ada mungkin membatasi penggunaan materi berhak cipta untuk video pembuatan, membuat pengguna enggan membuat konten karena sistem hak cipta yang rumit, yang dapat melanggar hak orang lain. Lisensi Creative Commons menawarkan solusi terhadap permasalahan ini dengan memperbolehkan pencipta membagikan karyanya dengan syarat tertentu, seperti atribusi dan penggunaan non-komersial. Hal ini memungkinkan fleksibilitas yang lebih besar dalam penggunaan materi berhak cipta pada video pendek platform, mendorong.

Hubungan hukum dengan pemegang asli hak cipta dalam konten tiktok dengan pengguna aplikasi tiktok pastinya memiliki hak dan kewajiban. Hubungan tersebut terdiri dari 2, yaitu hubungan bersegi satu dan sepihak. Hanya ada satu pihak yang berkewajiban melakukan suatu jasa yang berbuat sesuatu, sedangkan hubungan hukum yang bersegi dua adalah hubungan hukum yang dapat menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing masing pihak. Pihak yang berhak menuntut sesuatu disebut kreditor sedangkan yang wajib memenuhi tuntutan disebut debitur. Hubungan hukumnya dituangkan dalam perjanjian berbentuk klausula pada *User Generated Content*, yang klausulanya menyebutkan bahwa: “ *When you submit User Content through the Services, you agree and represent that you own that User Content, or you have received all necessary permissions, clearances from, or are authorised by, the owner of any part of the content to submit it to the Services, to transmit it from the Services to other third party platforms, and/or adopt any third party content*.

Klausul tersebut menjelaskan pengguna dianggap setuju jika memiliki konten tersebut dan mengirimkannya melalui layanan aplikasi. Dari situlah terciptanya hubungan antara pengguna aplikasi tiktok dengan pemegang hak cipta. Terlihat pada jika pengguna aplikasi tiktok ada izin untuk dapat menggunakan lagu yang diunggah oleh pengguna aplikasi TikTok.

Maka dengan adanya perjanjian itu hubungan hukum antara kedua pihak ini ialah sebagai perjanjian hubungan kerjasama yang tertuang pada Perjanjian User Generated Content. Karena aplikasi tersebut sudah mendapatkan izin dari pemegang hak cipta sehingga diberikan kebebasan untuk pengguna yang ingin menggunakan lagu untuk konten yang di unggahnya.

Dalam penggunaan aplikasi TikTok terdapat *Terms of Service* (ToS) yang merupakan suatu bentuk perjanjian elektronik yang pada dasarnya merupakan instrumen hukum yang mengatur hubungan antara platform dan pengguna dalam ekosistem digital. Kehadiran *Terms of Service* dapat dikategorikan sebagai perjanjian baku (*standart contract*) yang secara subtansial menempatkan platform pada posisi dominan terhadap pengguna. Berbeda dengan bentuk perjanjian lainnya, *Terms of Service* dirancang dan disajikan dalam format yang telah ditentukan sebelumnya oleh platform. Pengguna tidak terlibat dalam pembuatan perjanjian, sebaliknya mereka hanya memberikan persetujuan melalui tindakan sederhana seperti mengklik tombol atau terus menggunakan aplikasi. Mekanisme ini menunjukan bahwa perjanjian yang dicapai lebih bersifat formal daripada subtantif, karena tidak didahului proses negoisasi.

Keabsahan *Terms of Service TikTok* tetap berlaku dan sah serta mengikat para pihak yang bersepat apabila telah memenuhi persyaratan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Oleh karena itu, apabila pengguna menyetujui syarat dan ketentuan yang ditetapkan *Terms of Service TikTok* memiliki kekuatan yang mengikat. Terms of service TikTok akan tetap sah dan mengikat para pihak selama tidak bertentangan dengan undang-undang dan kesusilaan. Batasan terkait perjanjian baku *term of service* secara tidak sadar diatur dalam pasal 18 ayat 2 undang-undang perlindungan konsumen, yang pada pokoknya melarang produsen atau pelaku usaha untuk mencantumkan pengalihan tanggung jawab kepada konsumen.

Meskipun memiliki kekuatan yang mengikat, namun kedudukan terms of service tetap berada di bawah peraturan perundang-undangan. Dengan demikian setiap ketentuan dari terms of service tidak boleh bertentangan dengan norma-norma yang diatur dalam undang-undang seperti undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta, undang-undang nomor 1 tahun 2024 tentang perubahan atas undang-undang informasi dan transaksi elektronik, peserta undang-undang tentang perlindungan konsumen, maupun peraturan nasional lainnya. Jika ditemukan adanya klausul yang merugikan bagi pengguna atau justru mengurangi hak-hak pengguna yang telah dijamin oleh hukum Indonesia, maka ketentuan tersebut dinyatakan tidak berlaku atau batal demi hukum.

Dalam konteks hak cipta, term of service TikTok pemilik konten tetap memiliki hak kepemilikan atas konten yang telah mereka unggah. Namun, ketika pemilik konten mengunggah kontennya ke platform TikTok, Tik Tok mensyaratkan pemberian lisensi kepada platform atas konten yang diunggah oleh pemilik konten (pengguna). Lisensi ini bersifat tanpa syarat, non eksklusif, terbatas, dapat dialihkan secara penuh dan tidak terbatas secara global untuk keperluan pengoperasian, pengembangan, promosi, serta penyediaan layanan platform. Pemberian lisensi tersebut merupakan salah satu wujud dari konsekuensi terhadap persetujuan antara pemilik konten terhadap Terms of Service. Kehadiran lisensi tersebut bukan berarti mencabut ataupun mengalihkan hak cita dari pemilik konten, namun hanya

memberikan hak penggunaan tertentu kepada platform sesuai tujuan penyelenggaraan layanan. Dalam perlindungan hak cipta, Terms of Service TikTok menyediakan mekanisme pelaporan pelanggaran hak cipta. Sehingga pemilik konten atau pengguna Tik Tok dapat melaporkan apabila adanya indikasi sebuah konten yang melanggar hak cipta. Sebagai wujud menghormati hak atas kekayaan intelektual, TikTok melakukan pemblokiran akses atau menutup akun-akun milik setiap pengguna yang terindikasi melanggar atau disebut juga melanggar hak cipta atau hak kekayaan intelektual lainnya.

Pada aplikasi Tiktok sendiri terdapat *Term of Services* pada bagian *User Generated Content*, yang mengatur tentang Konten buatan pengguna yang diunggah pada aplikasi Tiktok pada klausula yang pertama tercantum pada aplikasi Tiktok menyebutkan bahwa: "*You warrant that any such contribution does comply with those standards, and you will be liable to us and indemnify us for any breach of that warranty. This means you will be responsible for any loss or damage we suffer as a result of your breach of warranty*." Artinya, pengguna aplikasi menjamin bahwa tiap kontribusi tersebut sesuai dengan standar-standar tersebut dan pengguna aplikasi akan bertanggung jawab kepada kami dan mengganti kerugian kami atas tiap pelanggan garansi tersebut. Kemudian pada klausul yang kedua yang juga terdapat pada bagian *User Generated Content* yang menyebutkan:"*Any User Content will be considered non confidential and non-proprietary. You must not post any User Content on or through the Services or transmit to us any User Content that you consider to be confidential or proprietary. When you submit User Content through the Services, you agree and represent that you own that User Content, or you have received all necessary permissions, clearances from, or are authorised by, the owner of any part of the content to submit it to the Services, to transmit it from the Services to other third party platforms, and/or adopt any third party content*." Konten dari pengguna aplikasi apa pun itu akan dianggap non-rahasia dan non-eksklusif. Pengguna dilarang keras menggunggah atau membagikan materi apa pun melalui layanan platform ini yang memuat informasi rahasia atau bersifat hak milik.

Pengguna dianggap setuju jika memiliki konten tersebut dan mengirimkannya melalui layanan aplikasi. Kemudian pada isi yang selanjutnya pada klausula *User Generated Content* menyebutkan bahwa: "*You or the owner of your User Content still own the copyright in User Content sent to us, but by submitting User Content via the Services, you hereby grant us an unconditional irrevocable, non-exclusive, royalty-free, fully transferable, perpetof, publish and/or transmit, and/or distribute and to authorise other users of the Services and other third parties to view, access, use, download, modify, adapt, reproduce, make derivative works of, publish and/or transmit your User Content in any format and on any platform, either now known or hereinafter invented*." Meskipun Anda tetap memegang hak cipta atas konten yang dikirim, dengan mengunggahnya melalui Layanan, Anda secara otomatis memberikan kepada pihak aplikasi lisensi global yang bebas royalti dan tidak terbatas untuk menggunakan, menyebarluaskan, serta mengizinkan pihak lain untuk mengakses dan memodifikasi konten tersebut. Kemudian ada klausul yang mencantumkan bahwa segala konten yang dikirim kepada pihak aplikasi bukan menjadi tanggung jawab dari pihak aplikasi:"*We accept no liability in respect of any content submitted by users and published by us or by authorised third parties*" Pihak tiktok tidak bertanggungjawab apabila terdapat permasalahan bidang hak cipta karena sebelumnya sudah tertuang dalam bentuk User Generated Content.

Bentuk Upaya perlindungan konten tiktok tentang hak cipta dapat dilakungan dengan beberapa cara yang mana diantaranya:

1. Pendekatan regulatif: penguatan kerangka hukum dan penegakannya

Strategi yang paling pokok dalam perlindungan terkait konten kreator tiktok adalah penguatan perlindungan hukum formal terhadap hak cipta konten digital. Strategi ini dapat dilakukan dengan pembentukan unit siber khusus dalam Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual yang fokus menangani pelanggaran digital, meningkatkan kerjasama diantara instansi seperti di DJKI, kementerian kominfo, dan kepolisian cyber, agar laporan pelanggaran terkait dengan hak cipta dapat diproses dengan segera dan efisien, penyusunan regulasi kerjasama hukum internasional dengan platform global seperti Tik tok, agar laporam dari kreator lokal dapat ditindaklanjuti tanpa prosedur yang sulit.

2. Strategi dini pencegahan pelanggaran karya

Perlindungan terkait konten kreator Tik tok dapat dilakukan dengan pencegahan dini seperti pencantuman identitas dan branding, baiknya kreator tiktok mencantumkan watermark, nama akun, atau disclaimer pada konten yang diunggahnya sebagai perlindungan hak moral berdasarkan pasal 5 ayat 1 huruf a undang-undang hak cipta. Di dalam konten tiktok terdapat pemanfaatan fitur pelaporan digital. Seperti ini dapat digunakan untuk mengadukan pelanggaran hak cipta terhadap konten yang diunggah tulang tanpa izin. Pemerintah dan platform digital perlu memberikan edukasi mengenai hak cipta dan mekanisme pelaporan, sesuai pasal 65 ayat 1 undang-undang hak cipta. Hal ini penting agar kreator dapat memahami hak-haknya. Strategi perlindungan diri ini sangat penting, dalam menjaga hak dan kepentingan setiap konten kreator tiktok dari pelanggaran pihak ketiga. Ini merupakan langkah efektif supaya dapat memperkuat posisi hukum kreator.

3. Pendekatan teknologis: penggunaan alat deteksi otomatis dan sistem proteksi digital

Selain mengandalkan hukum tertulis, perlindungan hak cipta pada era digital juga memerlukan intervensi teknologi. Pada aplikasi TikTok belum memiliki pendeteksi otomatis layaknya platform YouTube yang telah menerapkan sistem Content ID, yang dapat mendeteksi secara otomatis apabila terdapat reupload tanpa izin, sehingga sistem tersebut dapat melabeli dan menurunkan konten tersebut bahkan dapat mengalihkan royalti kepada pemilik aslinya. oleh karena itu, dibutuhkan penggunaan alat deteksi secara otomatis pada aplikasi TikTok agar pemilik karya mendapatkan hak dalam perlindungan kontennya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mendesak TikTok untuk mengembangkan fitur Content ID layaknya platform YouTube, dan dapat melakukan kolaborasi dengan otoritas perlindungan hak cipta nasional serta mengintegrasikan teknologi block chain dalam pencatatan hak cipta digital, yang memungkinkan jejak penciptaan dan kepemilikan konten yang tidak dapat dihapus atau diubah.

4. Perlindungan terhadap pelanggran hak cipta dalam litigasi serta nonlitigasi

Jika terjadi sebuah pelanggaran, untuk menegakkan hukum, memulihkan hak atau memberi sanksi kepada pelanggar re-upload tanpa izin. Perlindungan ini dapat ditempuh melalui jalur litigasi maupun nolitigasi. Menurut pasal 95 dan pasal 99 ayat 3 undang-undang hak cipta, atau selesai sengketa terkait dengan pelanggaran potensial ini dapat dilakukan dalam pengadilan, abitrase, atau alternatif penyelesaian, termasuk pengajuan permohonan ke pengadilan niaga jika pencipta merasa dirugikan. Pemohon atau kreator konten TikTok dapat

melakukan permintaan penghentian penggunaan konten videonya yang re-upload oleh pihak ketiga dengan tujuan komersial, dengan mengajukan permohonan putusan. Selain daripada itu, kreator konten TikTok dapat meminta untuk melakukan penyitaan bagi perangkat-perangkat yang digunakan oleh pihak ketiga yang menggunakan video konten tersebut tanpa izin untuk tujuan komersial, yang selanjutnya akan dilakukan penghapusan hasil dari pelanggaran

Berdasarkan pasal 1365 KUH Perdata "setiap perbuatan melanggar hukum dan merugikan orang lain mewajibkan pelaku untuk melakukan ganti rugi terhadap kerugian yang dilakukan". Bentuk penggantian kerugian oleh pelaku dapat dilakukan dengan diberikannya kompensasi kepada pihak yang dilanggar haknya. Dalam undang-undang nomor 30 tahun 1999 tentang arbitrase dan penyelesaian sengketa, pasal 2 menyatakan "penyelesaian sengketa apa perbedaan pendapat antara para pihak dalam suatu hubungan hukum tertentu yang telah mengadakan perjanjian arbitrase secara tegas menyatakan bahwa semua sengketa atau perbedaan pendapat yang muncul atau yang mungkin muncul dari hubungan hukum tersebut akan diselesaikan dengan cara abitrase atau melalui alternatif penyelesaian sengketa". Kalau nanti penyelesaian sengketa yang dimaksud dalam pasal tersebut itu adalah proses penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan melalui negoisasi, konsiliasi, dan juga mediasi.

Setelah menggunakan alternatif penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi, maka terdapat alternatif lain yang dapat digunakan dalam perlindungan konten kreator TikTok yaitu melakukan gugatan perdata bagi pemilik hak cipta terhadap kontennya. Pemilik hak cipta boleh mengajukan gugatan perdata ke pengadilan niaga apabila ditemukan adanya pelanggaran, seperti reupload konten tanpa izin untuk keuntungan ekonomi adalah, hal ini didasarkan pada pasal 95 ayat 1 undang-undang Nomor 28 tahun 2014. Isi gugatan dapat berupa penghentian pelanggaran, ganti rugi, serta pemulihan nama baik

Selain menggunakan dari segi hukum perdata, dapat juga digunakan segi hukum pidana dikenal dengan hukum biasa (banding dan kasasi) dan upaya hukum luar biasa (peninjauan kembali dan kepentingan hukum). Contohnya apabila sebuah konten yang di reupload tanpa seizin pencipta dan dilakukan perubahan untuk menambah keunikan tanpa izin si pemegang hak cipta. Sudah pasti hal itu melanggar hak moral dan ekonomi si pemegang hak cipta. Tindakan menggandakan dan memanfaatkan konten tanpa persetujuan dari pencipta untuk tujuan pengkomersialan dapat dikategorikan sebagai tindak pidana, sesuai yang diatur dalam pasal 133 ayat 3 sanksi dapat dikenakan pada penjara paling lama 4 tahun dan atau benda hingga 1 miliar rupiah.

Dengan adanya bentuk Upaya perlindungan konten tiktok tentang hak cipta hal tersebut menegaskan bahwa pencipta memiliki hak eksklusif untuk mendapat manfaat ekonomi dari ciptaannya serta melarang pihak lain untuk memanfaatkan ciptaan tersebut tanpa izin. Jadi, jika suatu konten diunggah kembali tanpa mengubah identitas pencipta maka tindakan tersebut tidak serta-merta melanggar hak moral pencipta sesuai Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC). Meskipun masih banyak oknum yang menggunakan video orang lain tanpa watermark si pemilik asli. Penghilangan watermark tersebut tentu saja berdampak pada hak ekonomi pencipta karena pengunggahan tanpa izin berpotensi mengurangi pendapatan dari monetisasi platform Tiktok.

Menurut Pasal 1 angka 23 UU Hak Cipta pembajakan yang dilakukan demi mendapatkan keuntungan dari hasil karya orang lain, dan dalam Tiktok tersebut memungkinkan hak cipta untuk video kreatif dilepaskan secara otomatis setelah diunggah. Para pembuat konten mengalami kerugian dari pembajakan tersebut, meskipun video tersebut bukan sekedar hiburan tapi hasil dari waktu yang dihabiskan, inovasi, dan gagasan yang ditanamkan selama proses pembuatan. Karena banyak yang menonton alhasil karya tersebut menjadi viral dan bisa mendapatkan keuntungan karena menarik perhatian berbagai bisnis untuk bekerja sama dengan mereka. Kemenarikan itulah yang sering kali menjadi faktor utama yang membuat viral dan menaikkan nilai moneternya. Tentu saja hal itu sangat penting untuk dilindungi hak ekonominya dari video kreatif yang diunggah tersebut.

Pembajakan konten dikategorikan sebagai pelanggaran hak cipta karena ada unsur eksploitasi nilai ekonomi dari video kreatif tersebut tanpa izin penciptanya. Berdasarkan Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Hak Cipta (UUHC) hak ekonomi atas suatu karya hanya dimiliki oleh pencipta atau pemegang hak cipta, yang berwenang untuk menerbitkan, menggandakan, dan mengumumkan ciptaan tersebut. Pasal 9 ayat (3) UUHC menegaskan tidak seorang pun diperbolehkan melakukan penggandaan atau pemanfaatan karya secara komersial tanpa memperoleh izin dari pencipta. Beberapa dampak terhadap Hak Moral dari pengunggahan ulang tanpa watermark sebagai berikut:

1. Hilangnya identitas pencipta.
2. Pelanggaran hak atribusi.
3. Risiko penyalahgunaan dan distorsi karya.

Selanjutnya dampak terhadap hak ekonomi dari pengunggahan ulang tanpa watermark dapat berdampak sebagai berikut:

1. Hilangnya pendapatan.
2. Eksploitasi nilai ekonomi tanpa izin.
3. Berkurangnya kontrol atas distribusi karya

SIMPULAN

Konten TikTok pada dasarnya dapat dikualifikasikan sebagai objek hak cipta sepanjang telah diwujudkan dalam bentuk nyata sebagai hasil kreativitas seseorang, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 dan Pasal 40 ayat (1) UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Perlindungan hukum atas konten tersebut timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif sejak karya itu dibuat, tanpa memerlukan pendaftaran terlebih dahulu, meski pendaftaran ke DJKI tetap dianjurkan untuk memperkuat bukti kepemilikan. Selain berfungsi sebagai objek hak cipta, konten TikTok juga telah berkembang menjadi aset ekonomi digital yang bernilai komersial tinggi, terlihat dari pertumbuhan fitur monetisasi, TikTok Shop, dan program afiliasi yang menjadikan platform ini bukan sekadar sarana hiburan, melainkan instrumen bisnis yang menghasilkan pendapatan nyata bagi kreator maupun pelaku usaha**.**

Meskipun demikian, perlindungan hukum terhadap konten TikTok dalam praktiknya masih menghadapi berbagai kelemahan. Pelanggaran hak moral dan hak ekonomi kreator masih marak terjadi melalui re-upload tanpa izin, penghapusan watermark, dan live streaming ilegal, seperti yang terlihat pada kasus Windah Basudara, yang merugikan kreator asli baik

dari segi identitas maupun finansial. Hal ini diperparah oleh kenyataan bahwa UU Hak Cipta dibentuk sebelum era media sosial berkembang pesat, sehingga belum cukup optimal mengatur kekhususan platform digital dan menyisakan kekosongan norma terkait sejauh mana tanggung jawab platform seperti TikTok atas pelanggaran yang dilakukan penggunanya. Di samping itu, penegakan hukum masih bersifat reaktif, baru bertindak setelah ada laporan resmi, sehingga kerugian kerap sudah terjadi lebih dulu sebelum penanganan dilakukan. Kesulitan mengidentifikasi pelaku akun anonim serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat bahwa re-upload tanpa izin termasuk pelanggaran turut memperlemah efektivitas perlindungan ini. Term of Service TikTok sendiri, meskipun mengikat secara hukum sepanjang memenuhi syarat sah perjanjian sesuai Pasal 1320 KUHPerdata, tetap menempatkan posisi platform lebih dominan dibanding pengguna, dan kedudukannya tunduk pada peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kerangka hukum normatif untuk melindungi konten TikTok sebagai objek hak cipta sebenarnya sudah tersedia melalui UU Hak Cipta, UU ITE, dan KUHPerdata, namun efektivitas penerapannya di lapangan masih rendah. Diperlukan upaya perlindungan yang lebih komprehensif dan terintegrasi, mencakup penguatan regulasi, langkah pencegahan dini oleh kreator, penerapan teknologi deteksi otomatis, serta penegakan hukum melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, agar hak moral dan hak ekonomi kreator TikTok dapat terlindungi secara optimal, sejalan dengan posisi konten TikTok sebagai aset ekonomi digital yang terus berkembang dalam ekosistem bisnis di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Ahmad, Kamilia, Et Al. “Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Karya Konten Kreator Di Era Digital Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Kasus: Live Streaming Ilegal Windah Basudara).” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Vol 5, No. 4 (2025).

Azzahra, Siti & Aryanto, Syahrul. “Analisis Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pertumbuhan Ekonomi.” *Karimah Tauhid* Vol 2, No. 4 (2023):

Delamarisa, & Murdani, Deni. “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK CIPTA CONTENT CREATOR VIDIO YOUTUBE YANG DIUNGGAH ULANG TANPA WATERMARK PADA PLATFORM TIKTOK DAN FACEBOOK.” *Jurnal Hukum Indonesia* 4, No. 4 (2025). Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.58344/Jhi.V4i3.1776.

Dr. Muhaimin, SH., M.Hum. *METODE PENELITIAN HUKUM*. Cetakan 1. Mataram: Mataram University Press, 2020.

Halim, Zahfira, Et All. “ANALISIS MODEL PENDAPATAN DAN STRATEGI MONETISASI DIGITAL PADA PLATFORM E-COMMERCE.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi* 3, No. 2 (2025).

Kesuma, Derry & Absi, Warmiyana. “Liability Of Tiktok For Re-Uploading Creator-Owned Content For Promotion In Review Of Law Number 28 Of 2014 Concerning Copyright.” *Jurnal Hukum Bisnis*, 2025. Https://Doi.Org/10.2991/978-2-38476-356-6_12.

Muthi’ah, Dewi, Et Al. “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONTEN KREATOR TIKTOK YANG DIUNGGAH ULANG OLEH PIHAK.” *Global Research And Innovation Journal*

(GREAT) Vol 01, No. 02 (2025).
Pamungkas, Revian & Djulaeka. "Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok." *Simposium Hukum Indonesia* 1, No. 1 (2019).
Ramadhanti, Galuh, Et Al. "Pemanfaatan Afiliasi Tiktok Sebagai Strategi Digitalisasi Bisnis Untuk Peningkatan Ekonomi Lokal." *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* Vol 8, No. 2 (2025): 313. Https://Doi.Org/10.33474/Jipemas.V8i2.23306.
Setianingrum, Resa & Faslah, Romi. "Monetisasi Karya Digital Dan Tantangan Perlindungan Hak Cipta Di Indonesia." *Jurnal Hukum Bisnis* 14, No. 3 (2025). Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.47709/Hukumbisnis.V14i03.6103.
Sulaiman, Et Al. *PERLINDUNGAN HUKUM INDONESIA*. Edited By Aas Masruroh. Bandung: Penerbit Widina Media Utama, 2025.
Maeverick Zoe Mories Margana, Anak Agung Angga Primantari., "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Pencipta Konten Digital Dalam Konteks Komersil"., *Jurnal Media Akademik*, Vol. 3, No. 8 (2025).
Rendika Purnama & Suherman. (2026). Standart Terms On The Tiktok Digital Platform Regarding The Revocation Of Liv Streaming Access Under The Consumer Protection Act. Jurnal Notariil. Vol 11 No 1.
Yosamn Leonard Silubun & Jaya Setiawan Sinaga. (2024). Implikasi Hukum Klausula Baku Dalam Terms Of Servicetiktok Terhadap Upaya Perlindungan Hak Cipta. Journal Of Civil And Bussinesse Law. Vol 5 No 3
Romi Setianingrum, Resa & Faslah, "Monetisasi Karya Digital Dan Tantangan Perlindungan Hak Cipta Di Indonesia," *Jurnal Hukum Bisnis* 14, No. 3 (2025), Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.47709/Hukumbisnis.V14i03.6103
Warmiyana Kesuma, Derry & Absi, "Liability Of Tiktok For Re-Uploading Creator-Owned Content For Promotion In Review Of Law Number 28 Of 2014 Concerning Copyright," *Jurnal Hukum Bisnis*, 2025, Https://Doi.Org/10.2991/978-2-38476-356-6_12.
Syahrul Azzahra, Siti & Aryanto, "Analisis Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pertumbuhan Ekonomi," *Karimah Tauhid* Vol 2, No. 4 (2023):
Revian & Djulaeka Pamungkas, "Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok," *Simposium Hukum Indonesia* 1, No. 1 (2019).
Deni Delamarisa, & Murdani, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK CIPTA CONTENT CREATOR VIDIO YOUTUBE YANG DIUNGGAH ULANG TANPA WATERMARK PADA PLATFORM TIKTOK DAN FACEBOOK," *Jurnal Hukum Indonesia* 4, No. 4 (2025), Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.58344/Jhi.V4i3.1776.

INTERNET

Tiktok. Https://Www.Tiktok.Com/Legal/Page/Row/Terms-Of-Service/Id. Diakses Pada 16 Juni 2026
UU No. 11 Tahun 2008 Https://Share.Google/084mn2jmujd1leur4
UU No. 28 Tahun 2014 Https://Share.Google/Vt1fky6p7ah222egv
Google, Temasek & Bain & Company, E-Conomy SEA 2022 Report, Tersedia Di Https://Economysea.Withgoogle.Com
Tiktok Marketing Science, Retail Path To Purchase Study (2022), Tersedia Di

Https://Www.Tiktok.Com/Business/En/Insights
Oxford Economics, Tiktok's Economic Impact In Indonesia (2024), Tersedia Di Https://Www.Oxfordeconomics.Com
We Are Social & Meltwater, Digital 2024 Indonesia Report, Tersedia Di Https://Wearesocial.Com