

Perlindungan Karya di Era Kreator: Tinjauan Hukum Hak Cipta terhadap Pencurian Video Afiliasi TikTok

Lusi Febriana

Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

e-mail: lusifebriana.research@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis perlindungan hukum hak cipta terhadap pencurian video afiliasi TikTok di era kreator. Tujuannya adalah mengkaji kerangka hukum yang relevan, modus operandi pelanggaran, serta efektivitas penegakan hukum dan upaya yang tersedia bagi kreator. Dengan memanfaatkan metode penelitian hukum normatif yang mengedepankan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memiliki peran penting dalam menyediakan landasan hukum bagi perlindungan hak moral dan ekonomi video afiliasi. Meskipun TikTok memiliki mekanisme pelaporan, penegakan hukum masih menghadapi tantangan seperti pengawasan yang tidak memadai, kesulitan pembuktian digital, kurangnya regulasi spesifik, dan rendahnya kesadaran hukum masyarakat. Modus pencurian umumnya berupa re-upload video untuk keuntungan komersial tanpa izin, sering kali dengan menghilangkan watermark. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perlindungan karya di era digital memerlukan pendekatan komprehensif dan kolaboratif. Rekomendasi meliputi peningkatan sistem deteksi otomatis platform, klarifikasi pedoman "perubahan kreatif", peningkatan literasi hukum kreator, serta penguatan regulasi dan akses bantuan hukum oleh pemerintah, untuk mewujudkan ekosistem digital yang seimbang dan berkelanjutan.

Kata kunci: perlindungan hak cipta, video afiliasi tiktok, era kreator, penegakan hukum

PENDAHULUAN

Era digital telah melahirkan fenomena baru yang dikenal sebagai "ekonomi kreator," sebuah sektor yang berkembang pesat dan berpusat pada individu yang menghasilkan serta mendistribusikan konten, produk, dan layanan secara daring. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi kreator ini sangat signifikan, memberikan sumbangan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, serta diproyeksikan terus meningkat di masa depan (Badan Pusat Statistik, 2023). Berbagai platform media sosial menjadi wadah utama bagi para kreator untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan memonetisasi karya, dengan TikTok muncul sebagai salah satu platform paling dominan untuk video pendek dan strategi pemasaran afiliasi.

Sejak munculnya pandemi COVID-19, penggunaan media sosial meningkat pesat, dan TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial paling populer hingga saat ini. Jumlah pengguna TikTok terus bertambah, menjadikannya tidak hanya sebagai tempat untuk berbagi video pendek yang kreatif, tetapi juga sebagai salah satu alat pemasaran yang sangat efektif di dunia digital sekarang ini (Utami, Nujiana, & Hidayat, 2021).

Program afiliasi TikTok memungkinkan kreator mempromosikan produk dan memperoleh komisi dalam berhasilnya suatu penjualan konten video yang mereka buat. Namun, seiring dengan

kemudahan distribusi dan aksesibilitas konten digital, muncul pula tantangan serius berupa peningkatan kasus pencurian video afiliasi TikTok, di mana konten diunggah ulang tanpa izin oleh pihak lain untuk keuntungan komersial. Pelaku seringkali mengunduh video yang sedang viral, mengeditnya, dan menghilangkan watermark atau logo kreator asli agar tidak terdeteksi sebagai pelanggaran hak cipta, dengan motivasi utama untuk mendapatkan keuntungan finansial secara cepat dan mudah tanpa biaya produksi. Fenomena ini menimbulkan kerugian materiil dan imateriil bagi kreator asli, serta mengancam integritas ekosistem ekonomi kreator secara keseluruhan. Pasal 1 angka 12 Undang-Undang Hak Cipta menjelaskan bahwa penggandaan adalah tindakan menyalin satu atau lebih karya dalam berbagai bentuk, baik secara permanen maupun sementara (UU No. 28 Tahun 2014, Pasal 1 angka 12).

Perlindungan hak cipta di era digital menjadi semakin mendesak mengingat kemudahan penyalinan dan penyebaran konten tanpa atribusi atau izin yang semestinya. Ini bukan sekadar pembajakan tradisional; ini melibatkan eksploitasi komersial atas karya promosi orang lain dalam model bisnis yang spesifik, yaitu pemasaran afiliasi. Oleh karena itu, tindakan pencurian video afiliasi tidak hanya merupakan pelanggaran hak cipta, tetapi juga perampasan langsung atas pengaruh dan peluang komersial yang telah dibangun oleh kreator. Kondisi ini mengindikasikan bahwa "Era Kreator" tidak hanya merupakan periode inovasi, tetapi juga medan pertempuran hukum yang kompleks, yang menuntut evaluasi ulang bagaimana undang-undang kekayaan intelektual yang ada diterapkan pada bentuk-bentuk konten komersial baru ini.

Penelitian mengenai perlindungan hak cipta atas konten video daring telah banyak dilakukan, mencakup isu re-upload video YouTube di TikTok atau Instagram, serta perlindungan hak cipta fotografi produk online shop. Namun, penelitian yang secara spesifik dan mendalam mengkaji pencurian video afiliasi TikTok oleh affiliate lain untuk tujuan komersial, yang secara langsung merampas potensi pendapatan kreator asli, masih terbatas. Ini merupakan nilai baru dan orisinalitas penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Pendekatan ini relevan untuk menganalisis kaidah hukum sistem yang berkaitan peristiwa hukum, serta untuk menelaah doktrin dan pandangan perkembangan ilmu hukum (Soekanto & Mamudji, 2001). Penelitian ini akan berlandaskan pada teori perlindungan hukum dan konsep hak cipta, khususnya hak moral dan hak ekonomi, yang mana dianalisis secara mendalam dalam bab tinjauan pustaka.

Data dikumpulkan dengan studi kepustakaan dan dokumentasi, yang meliputi analisis Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya, kebijakan hak cipta TikTok, serta literatur dan jurnal hukum terkait (Marzuki, 2011). Kumpulan data dianalisis deskriptif-analitis agar memberikan gambaran secara jelas dan sistematis mengenai masalah yang diteliti.

Urgensi penelitian ini terletak pada laju perkembangan ekonomi digital yang sangat cepat, di mana praktik-praktik baru seperti pemasaran afiliasi TikTok menciptakan celah hukum yang belum sepenuhnya teratasi oleh regulasi yang ada. Nilai yang dilindungi dalam ekonomi kreator tidak terbatas pada video itu sendiri, namun mencakup pengaruh serta keterlibatan audiens yang dibangun oleh kreator, yang secara langsung diterjemahkan menjadi manfaat komersial (komisi afiliasi). Oleh karena itu, pencurian video afiliasi merupakan perampasan langsung atas peluang komersial yang telah dibangun oleh kreator, yang memerlukan pemahaman hukum yang lebih luas, termasuk potensi keterkaitan dengan persaingan usaha tidak sehat. Penelitian ini sangat

penting untuk memberikan rekomendasi konkret bagi pembuat kebijakan, platform, dan kreator guna membentuk ekosistem digital adil dan aman, serta memastikan perlindungan hukum efektif bagi karya-karya di Era Kreator.

METODE

Penelitian ini mengadopsi paradigma hukum normatif, secara fundamental merupakan studi kepustakaan dengan fokus analisis bahan hukum atau data sekunder dalam menemukan aturan, prinsip, dan doktrin hukum guna menjawab isu hukum relevan (Marzuki, 2011). Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dengan menelaah semua regulasi berkaitan permasalahan yang diteliti, khususnya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024). Selain ini, pendekatan konseptual untuk menelaah doktrin dan pandangan yang berkembang dalam ilmu hukum, serta merujuk pada prinsip hukum yang relevan (Soekanto & Mamudji, 2001). Penelitian ini bersifat deskriptif analitis (descriptive analytical), yang bertujuan untuk menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengaitkannya dengan teori hukum serta praktik pelaksanaannya di masyarakat, pada akhirnya dapat memberi gambaran menyeluruh, rinci dan sistematis terkait analisis permasalahan.

Teknik pengumpulan yaitu studi kepustakaan dan dokumentasi, dengan menelaah literatur, buku, jurnal, dan laporan masalah penelitian, serta memperoleh data dari peninggalan tertulis seperti arsip dan buku (Sugiyono, 2019). Seluruh data kemudian diolah dan dianalisis kualitatif memakai teknik deskriptif analitis. Proses analisis meliputi sistematisasi data, interpretasi hukum terhadap peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum, sintesis berbagai informasi dan temuan untuk membentuk pemahaman komprehensif mengenai perlindungan hak cipta video afiliasi TikTok dan tantangan penegakannya. Analisis ini akan berlandaskan pada teori perlindungan hukum dan konsep hak cipta, serta akan disajikan secara deskriptif kualitatif dan sistematis.

Unit analisis dalam penelitian ini meliputi norma hukum, peraturan perundang- undangan, doktrin hukum, dan kebijakan platform digital relevan pada perlindungan hak cipta video afiliasi TikTok. Sumber data utama adalah data sekunder terdiri dari bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan yang mengikat), bahan hukum sekunder (karya ilmiah, hasil penelitian hukum, dan literatur relevan), serta bahan hukum tersier (kamus hukum dan ensiklopedia) (Marzuki, 2011). Data sekunder juga mencakup kebijakan hak cipta dan ketentuan layanan platform TikTok, serta informasi dari media dan laporan terkait perkembangan ekonomi kreator di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kerangka Hukum Perlindungan Hak Cipta Video Afiliasi di Indonesia

Perlindungan hukum terhadap video afiliasi TikTok di Indonesia diatur oleh dua pilar utama: Undang-Undang Hak Cipta (UUHC) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Jenis Pelanggaran Landasan Hukum Sanksi Pidana Sanksi Perdata Catatan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan Tanpa Izin UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC 2014) Pasal 9 ayat (3) Pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar. Gugatan ganti rugi atas kerugian materiil dan imateriil. Hak untuk mengajukan gugatan perdata tidak menghapuskan hak untuk mengajukan tuntutan pidana.

Perbuatan yang Dilarang dalam Transaksi Elektronik (jika relevan dengan unsur pencurian konten) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan UU No. 1 Tahun 2024 (Perubahan Kedua UU ITE) Potensi penerapan pasal terkait perbuatan yang dilarang (misalnya, Pasal 27 ayat (3) tentang pencemaran nama baik jika ada unsur tersebut, atau Pasal 28 ayat (1) tentang berita bohong yang merugikan konsumen) dan sanksi pidananya.

Tuntutan pemenuhan kewajiban dan/atau denda/bunga atas pembayaran tertunda jika terkait perjanjian elektronik. Beberapa pasal di UU ITE telah diubah oleh UU No. 1 Tahun 2024. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC 2014) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC 2014)

UUHC 2014 merupakan landasan utama yang secara eksplisit melindungi video sebagai karya sinematografi. Perlindungan hak cipta timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu karya diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa perlu pendaftaran formal, meskipun pendaftaran dapat membantu dalam penyelesaian sengketa. UUHC 2014 membagi hak cipta menjadi dua jenis hak eksklusif yang melekat pada pencipta: Hak Moral dan Hak Ekonomi.

Hak Moral adalah hak yang melekat secara permanen kepada penciptanya dan tidak bisa dipindahkan selama pencipta masih hidup. Ini mencakup hak untuk mencantumkan nama, melakukan modifikasi yang sesuai, dan menjaga integritas karya tersebut. Dalam kasus pencurian video afiliasi di TikTok, pelanggaran hak moral sering terjadi saat pelaku menghapus watermark atau logo dari kreator aslinya.

Sementara itu, Hak Ekonomi adalah hak untuk memperoleh keuntungan finansial dari karya yang dihasilkan, yang dapat dipindahkan atau dilisensikan. Hak ini mencakup hak untuk memperbanyak, mendistribusikan, atau memamerkan karya tersebut. Pencurian video afiliasi melanggar hak ekonomi pencipta secara langsung, karena pelaku meraup keuntungan komersial (komisi afiliasi) dari karya yang bukan miliknya, sehingga merugikan pencipta asli. Pelanggaran hak cipta, terutama yang dilakukan untuk tujuan bisnis, dapat dikenakan sanksi pidana penjara hingga 4 tahun dan/atau denda maksimal Rp1 miliar.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Perubahannya

UU ITE (UU No. 11 Tahun 2008) berfungsi sebagai kerangka hukum umum yang mengatur informasi dan transaksi elektronik, termasuk perlindungan kekayaan intelektual di ranah digital. Perjanjian dalam program afiliasi TikTok, yang dibuat melalui sistem elektronik, dianggap sebagai kontrak elektronik yang sah dan mengikat para pihak berdasarkan Pasal 1 angka (17) dan Pasal 18 ayat (1) UU ITE. Perubahan kedua atas UU ITE melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 bertujuan untuk memberikan kepastian hukum yang lebih besar dan mengatasi ambiguitas yang muncul dari implementasi sebelumnya. Meskipun UU ITE menyediakan kerangka hukum yang krusial untuk platform digital dan industri kreatif, fokus utamanya tidak secara spesifik pada pelanggaran hak cipta, melainkan pada perilaku digital yang lebih luas.

Perjanjian Afiliasi TikTok dan Implikasinya terhadap Perlindungan Konten

Perjanjian antara kreator afiliasi dan TikTok merupakan kontrak elektronik yang mengikat secara hukum, menetapkan hak dan kewajiban kedua belah pihak, termasuk hak afiliasi untuk

mendapatkan komisi dari penjualan produk. TikTok memiliki Kebijakan Hak Kekayaan Intelektual yang melarang pelanggaran hak cipta dan menyediakan mekanisme pelaporan. Namun, perlu dicatat bahwa kontrak TikTok One tidak memberikan kepemilikan materi atau hak kekayaan intelektual yang ada di dalamnya kepada kreator, kecuali yang ditetapkan dalam bagian tertentu. Ini berarti bahwa meskipun ada perlindungan kontraktual, kepemilikan HKI atas konten yang dibuat oleh kreator afiliasi mungkin tetap berada pada kreator itu sendiri, bukan dialihkan ke TikTok.

B. Modus Operandi Pencurian Video Afiliasi TikTok dan Mekanisme Pelaporan Platform

Modus Operandi Pencurian Video Afiliasi TikTok

Pencurian video afiliasi TikTok umumnya terjadi melalui pengunggahan ulang (re-upload) video promosi kreator lain tanpa izin untuk tujuan komersial. Pelaku seringkali mengunduh video yang sedang viral, mengeditnya, dan menghilangkan watermark atau logo kreator asli agar tidak terdeteksi sebagai pelanggaran hak cipta. Motivasi utama di balik praktik ini adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial secara cepat dan mudah, tanpa harus mengeluarkan biaya produksi konten baru. Praktik ini menunjukkan bahwa pencurian konten digital dalam konteks afiliasi tidak hanya melanggar hak cipta, tetapi juga terkait langsung dengan praktik bisnis tidak sehat dan persaingan ekonomi yang tidak adil, karena merampas potensi pendapatan kreator asli.

Perkembangan era digital telah membuat pelanggaran hak cipta semakin sering terjadi dan lebih mudah diakses oleh banyak orang. Namun, kemudahan dalam mengakses informasi dan rendahnya tingkat pemahaman mengenai pentingnya hak cipta membuat masalah ini semakin rentan, terutama dipengaruhi oleh faktor ekonomi. Pelanggaran hak cipta yang mengakibatkan kerugian materiil bagi penciptanya saling berhubungan, baik dari sudut pandang individu yang melakukan pelanggaran maupun pihak lain.

Faktor ekonomi menjadi pendorong utama dalam fenomena ini. Konten yang sedang tren atau viral memiliki potensi besar untuk menarik perhatian banyak penonton dan interaksi, yang selanjutnya dapat menghasilkan pendapatan melalui iklan atau sponsor. Mengunggah ulang konten dari kreator terkenal dapat menarik banyak penonton dan menghasilkan keuntungan dari konten tersebut, seperti peningkatan penjualan produk yang ditampilkan dalam video. Praktik mengunduh video populer dan mengeditnya agar terlihat tanpa watermark pemilik asli telah menjadi kebiasaan umum. Pelaku pengunggahan ulang dapat menciptakan konten tanpa biaya produksi, hanya dengan mengunduh dan mengunggah ulang tanpa izin, sehingga mengurangi biaya yang terkait dengan pembuatan konten baru.

Praktik ini menunjukkan bahwa pencurian konten digital dalam konteks afiliasi tidak hanya melanggar hak cipta, tetapi juga terkait langsung dengan praktik bisnis tidak sehat dan persaingan ekonomi yang tidak adil, karena merampas potensi pendapatan kreator asli. Pelaku seringkali melihat pengguna TikTok lain berhasil mendapatkan komisi dari tautan promosi, *paid promote*, dan *endorsement* melalui *re-upload*, sehingga mereka ter dorong untuk mencoba dan meraih penghasilan tambahan. Pendapatan yang umumnya diterima dapat berkisar antara satu juta hingga lima juta rupiah per bulan, tergantung minat penonton dan kolaborasi.

Mekanisme Pelaporan dan Penanganan Pelanggaran oleh Platform TikTok

TikTok menyediakan prosedur pelaporan pelanggaran hak cipta yang dapat diakses langsung melalui aplikasi. Pelapor harus memberikan informasi yang akurat dan lengkap, termasuk bukti kepemilikan karya, karena keluhan dapat ditolak jika informasi tidak lengkap. Tim pakar Kekayaan Intelektual TikTok akan meninjau klaim, dan jika ditemukan pelanggaran, konten akan dihapus dari platform. TikTok juga menerapkan kebijakan pelanggar berulang (repeat infringer policy), di mana akun dapat diblokir secara permanen jika terjadi tiga kali pelanggaran hak cipta. Pengguna yang merasa kontennya dihapus secara keliru memiliki hak untuk mengajukan banding. Namun, TikTok secara eksplisit menyatakan bahwa platform mungkin tidak dapat menengahi perselisihan antara pihak ketiga, yang berarti platform tidak menawarkan ganti rugi atau penyelesaian sengketa hukum yang komprehensif.

C. Efektivitas Penegakan Hukum dan Tantangan yang Dihadapi

Upaya Hukum Preventif dan Represif bagi Kreator

Kreator memiliki berbagai upaya untuk melindungi karya mereka. Secara preventif, penggunaan watermark atau logo hak cipta pada video adalah langkah dasar untuk memberitahukan kepemilikan. Edukasi dan sosialisasi tentang hak cipta juga penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Kreator juga disarankan untuk memprioritaskan konten orisinal dan, jika melakukan re-upload, harus dengan penambahan perubahan kreatif yang signifikan dan durasi pendek yang terintegrasi dengan konten asli yang lebih panjang.

Secara represif, langkah awal sering kali adalah teguran langsung atau pesan pribadi kepada pelaku. Beberapa platform afiliasi juga memiliki tim Relationship Manager (RM) yang dapat menangani laporan pelanggaran. Jika upaya non-formal tidak berhasil, kreator dapat menempuh jalur hukum formal, seperti somasi, gugatan perdata untuk menuntut ganti rugi, atau laporan pidana kepada Kepolisian Republik Indonesia berdasarkan Pasal 105 UUHC 2014. Penting bagi kreator untuk mengumpulkan bukti-bukti kuat terkait pengambilan konten video tanpa izin untuk keperluan komersial sebelum menempuh jalur hukum.

Tantangan Penegakan Hukum Hak Cipta di Era Digital

Meskipun kerangka hukum dan mekanisme pelaporan tersedia, penegakan hukum hak cipta di era digital, khususnya terkait pencurian video afiliasi TikTok, menghadapi sejumlah tantangan kompleks:

Kelemahan Penegakan Hukum

Penegakan hukum sering kali lemah karena pengawasan yang tidak memadai dan sistem pelaporan yang belum sepenuhnya efisien. Dalam kasus digital, pembuktian sering kali sulit dan harus mengandalkan bukti tidak langsung, yang dapat menimbulkan keraguan dalam proses hukum. Kreator harus proaktif dalam mengumpulkan bukti kuat seperti tangkapan layar, rekaman video, dan timestamp asli.

Kurangnya Regulasi Spesifik

Industri digital, termasuk *e-commerce*, berkembang sangat dinamis. Kurangnya regulasi yang spesifik dan komprehensif untuk mengakomodasi dinamika pasar digital saat ini menjadi kendala bagi penegak hukum.

Rendahnya Kesadaran Hukum Masyarakat

Pengetahuan masyarakat mengenai hak cipta, termasuk hukum yang mengaturnya, masih sangat kurang, yang berkontribusi pada tingginya angka pelanggaran.

Dinamika Industri Digital

Sifat industri digital yang cepat berubah mempersulit adaptasi kerangka hukum yang ada, sehingga hukum sering kali tertinggal dari perkembangan teknologi dan praktik di lapangan.

Ambiguitas Konsep “Penggunaan Wajar” atau “Perubahan Kreatif”

Kebijakan TikTok yang mengizinkan re-upload dengan “perubahan kreatif yang signifikan” atau dalam konteks “penggunaan wajar” dapat menimbulkan ambiguitas. Apa yang dianggap “perubahan kreatif signifikan” atau “penggunaan wajar” sering kali bersifat subjektif dan terbuka untuk interpretasi oleh platform maupun badan hukum. Ambiguitas ini dapat dimanfaatkan oleh pelanggar yang melakukan perubahan minimal untuk mengklaim originalitas, sehingga menciptakan celah yang mempersulit penegakan hukum dan penyelesaian sengketa.

D. Kesenjangan Perlindungan Hukum di Era Kreator

Temuan penelitian ini menggarisbawahi adanya kesenjangan signifikan antara kerangka hukum yang ada dan realitas praktik pencurian video afiliasi di Era Kreator. Meskipun UUHC 2014 secara teoretis memberikan perlindungan yang kuat terhadap hak moral dan ekonomi kreator, implementasi dan penegakannya di lapangan masih lemah. Kemudahan penyalinan dan penyebarluasan konten digital, ditambah dengan motivasi ekonomi pelaku, membuat pelanggaran hak cipta menjadi marak.

Peran platform seperti TikTok, meskipun menyediakan mekanisme pelaporan dan kebijakan pelanggar berulang, terbatas pada tindakan penghapusan konten dan penangguhan akun. TikTok secara eksplisit menyatakan tidak dapat menengahi sengketa antara pihak ketiga, yang berarti kreator harus menempuh jalur hukum formal untuk mendapatkan ganti rugi komprehensif. Transisi ke tindakan hukum formal ini sering kali terhambat oleh kompleksitas, biaya, dan waktu yang dibutuhkan, serta tantangan dalam pembuktian pelanggaran digital.

Kesenjangan pengetahuan juga terlihat pada rendahnya kesadaran hukum masyarakat dan kreator sendiri mengenai hak cipta. Hal ini diperparah oleh ambiguitas dalam interpretasi “penggunaan wajar” atau “perubahan kreatif” yang dapat dieksloitasi oleh pelanggar. Fenomena ini menunjukkan bahwa perlindungan hak cipta di Era Kreator tidak hanya membutuhkan regulasi yang kuat, tetapi juga mekanisme penegakan yang efisien, mudah diakses, dan adaptif terhadap dinamika teknologi.

Refleksi ini menguatkan argumen bahwa nilai yang dilindungi dalam ekonomi kreator melampaui sekadar ekspresi kreatif dari konten itu sendiri; ia mencakup “pengaruh” dan “keterlibatan audiens” yang telah dibangun oleh kreator, yang secara langsung diterjemahkan menjadi manfaat komersial (komisi afiliasi). Oleh karena itu, pencurian video afiliasi tidak hanya merupakan pelanggaran hak cipta, tetapi juga perampasan langsung atas peluang komersial dan dapat dikategorikan sebagai praktik persaingan usaha tidak sehat. Kerugian yang dialami kreator tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mencakup waktu, usaha, dan potensi merusak reputasi di mata mitra endorsement.

Kondisi perlindungan hak cipta atas karya digital saat ini dan di masa mendatang sangat memprihatinkan. Hukum di Indonesia belum dilaksanakan dengan efektif, karena pelanggaran

hak cipta digital masih sering dialami oleh para kreator konten. Tindakan pengunggahan ulang tidak hanya terjadi di TikTok, tetapi juga di berbagai platform media sosial lainnya. Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur masalah ini, kurangnya tindakan tegas membuat pelanggar tidak merasa jera.

Ini menunjukkan perlunya kolaborasi berbagai pemangku kepentingan yang melibatkan pemerintah (termasuk DJKI), platform, dan kreator untuk menciptakan ekosistem digital yang adil dan aman, serta mendorong tanggung jawab bersama dalam melindungi kekayaan intelektual di ranah digital. Penerapan UUHC 2014 akan sangat efektif jika dilakukan dengan baik oleh masyarakat. Namun, ketergantungan pada laporan pelanggaran untuk menegakkan hukum ini menjadikan sistemnya kurang efektif. Tanpa adanya laporan, pencipta dan pemegang hak cipta akan terus mengalami kerugian, yang menunjukkan pentingnya keterlibatan aktif dalam melindungi hak-hak mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menganalisis secara komprehensif perlindungan hukum hak cipta terhadap pencurian video afiliasi TikTok di Era Kreator, mengidentifikasi kerangka hukum yang relevan, modus operandi pelanggaran, serta efektivitas penegakan hukum dan tantangan yang dihadapi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta (UUHC 2014) dan Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta amandemennya, secara mendasar memberikan dasar hukum yang melindungi hak moral serta hak ekonomi kreator atas video afiliasi mereka sebagai karya sinematografi. TikTok sebagai platform juga memiliki kebijakan hak cipta internal dan mekanisme pelaporan yang memungkinkan penghapusan konten dan penangguhan akun pelanggar. Namun, terlepas dari kerangka hukum dan kebijakan platform yang ada, pencurian video afiliasi masih marak terjadi dengan modus operandi yang canggih, seperti pengunggahan ulang video yang telah diedit dan penghilangan watermark untuk keuntungan komersial. Efektivitas penegakan hukum masih menghadapi berbagai tantangan, meliputi pengawasan yang belum memadai, kesulitan dalam pembuktian digital, kurangnya regulasi yang spesifik dan adaptif terhadap dinamika pasar digital yang cepat berubah, serta rendahnya kesadaran hukum di kalangan masyarakat dan kreator. Ambiguitas konsep "penggunaan wajar" atau "perubahan kreatif" dalam kebijakan platform juga dapat dieksplorasi oleh pelanggar, menciptakan celah yang mempersulit penegakan hukum. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa perlindungan karya di Era Kreator memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif, adaptif, dan kolaboratif. Nilai yang dilindungi dalam ekonomi kreator tidak hanya terbatas pada ekspresi kreatif dari konten itu sendiri, tetapi juga mencakup "pengaruh" dan "keterlibatan audiens" yang telah dibangun oleh kreator, yang secara langsung diterjemahkan menjadi manfaat komersial. Oleh karena itu, pencurian video afiliasi tidak hanya merupakan pelanggaran hak cipta, tetapi juga perampasan langsung atas peluang komersial dan praktik persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan temuan dan pembahasan, penelitian ini merekomendasikan langkah-langkah strategis untuk memperkuat perlindungan hukum di Era Kreator. Untuk platform seperti TikTok, penting untuk meningkatkan mekanisme perlindungan otomatis dan efisiensi pelaporan, mengklarifikasi pedoman "perubahan kreatif" dan "penggunaan wajar", serta mengembangkan mekanisme mediasi internal yang lebih formal. Implikasinya adalah peningkatan kepercayaan kreator dan pengurangan beban pembuktian awal. Bagi kreator, peningkatan literasi hukum dan

penerapan langkah preventif seperti penggunaan *watermark* serta pendaftaran hak cipta formal sangat krusial, di samping pentingnya mengumpulkan bukti yang kuat, yang akan memberdayakan mereka untuk melindungi diri. Sementara itu, bagi pemerintah dan lembaga terkait, peninjauan dan penguatan regulasi yang adaptif diperlukan, termasuk penyusunan regulasi spesifik untuk konten digital dan pemasaran afiliasi, penguatan peran Lembaga Manajemen Kolektif (LMK), serta penggalakan edukasi publik dan penyediaan akses bantuan hukum yang lebih mudah. Langkah ini menciptakan kerangka hukum kokoh dan relevan, mendorong solusi kolektif, serta meningkatkan kesadaran hukum masyarakat dan akses keadilan. Penelitian ini juga membuka prospek studi lebih lanjut, seperti penelitian empiris mengenai dampak ekonomi pencurian video afiliasi, studi perbandingan hukum dengan yurisdiksi lain, eksplorasi penerapan Undang-Undang Persaingan Usaha, dan pengembangan kerangka teoritis perlindungan "pengaruh" atau "keterlibatan audiens" sebagai aset tak berwujud.

REFERENSI

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Anwar, F. (2018). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 137-144.
<https://jurnal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/343>
- Hermawan, D. (2018). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. *Jurnal Communication and Sociology*, 2(1), 97.
<https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/7824>
- Dewi, C. M., Putri, A. S., Nugraha, M. P., & Bil Haq, A. H. (2020). Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok di Masa Pandemi: Studi Korelasi. *Jurnal Fenomena*, 29(2), 18-24.
https://www.researchgate.net/publication/349956783_Kepercayaan_diri_dengan_Intensit as_Penggunaan_Media_Sosial_TikTok_di_Masa_Pandemi_Studi_Korelasi/fulltext/6048fe53a6fdcc4d3e55e084/Kepercayaan-diri-dengan-Intensitas-Penggunaan-Media-Sosial-TikTok-di-Masa-Pandemi-Studi-Korelasi.pdf
- Ekawati, F., Muhammad, A. B., & Riani, N. (2024). Manajemen Akuntansi Hijau dalam Efisiensi Biaya Lingkungan: Studi pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Tanjung Bintang. *Journal of Interdisciplinary Science and Education (JISE)*, 2(1), 56-65.
<https://jurnal.alifa.ac.id/index.php/jise/article/view/85>
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(1), 10-18.
<https://jurnal.universitasmulia.ac.id/index.php/communiverse/article/view/189>
- Maiyestati. (2022). *Metode Penelitian Hukum*. Padang: LPPM Universitas Bung Hatta.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Nata, A. A. L., Riani, N., Marantika, A., & Apriani, E. (2021). Perencanaan Laba dengan Titik Impas sebagai Dasar Pengambilan Keputusan bagi Pihak Pengelola CV. Randu Sari Satu Derivatif: *JurnalManajemen*, 75(1). <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/viewFile/579/388>
- Nata, A. A. L., Riani, N., Harris, A., & Anggraeni, E. (2023). Can Lexicographic Goal Programming, Artificial Neural Networks, and Value-at-risk Methods be Effective in Analysis of 50 Highest Trade Frequency Issuers Optimum Portfolio. *KnE Social Sciences*, 8(16), 211-223. <https://kneopen.com/KnE-Social/article/view/14043/>
- Nata, A. A. L., Riani, N., & Kusuma, R. E. (2023). Tinjauan Historis: Kemajuan Sistem

Perbankan Syariah yang Ada di Asia Tenggara. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 2(1), 64-83.

<https://ejournal.staimaarifkalirejo.ac.id/index.php/margin/article/view/85>

- Nata, A. A. L., & Riani, N. (2024). Efek Bantuan Sosial dalam Membantu Kemakmuran Masyarakat Kurang Mampu pada Desa Ulak Rengas Kecamatan Abung Tinggi Lampung Utara. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=hwM7djwAA_AAJ&citation_for_view=hwM7djwAAAAJ:LkGwnXOMwfcC

- Ramaswamy, K. & Glinow, M. A. V. (2000). Organizational performance following changes in ownership: modelling post-privatization outcomes. *Journal of Strategic Change*, 9(8), 297-310. [https://doi.org/10.1002/1099-1697\(200012\)9:8%3C297::AID-JSC501%3E3.0.CO;2-9](https://doi.org/10.1002/1099-1697(200012)9:8%3C297::AID-JSC501%3E3.0.CO;2-9)

- Utami, A. D. V., Nujiana, S., & Hidayat, D. (2021). Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak di Tengah Pandemi Covid-19. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1-10.
- <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/medialog/article/view/3909>

- Walsh, C. (2003). *Key Management Ratios: Rasio-rasio Manajemen Penting Penggerak dan Pengendali Bisnis* (3rd ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.