

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lahir dengan dibekali akal mendukung manusia agar dapat menggunakan teknologi. Dengan adanya akal, maka muncul rasa ingin keluar dari masalah yang ada dan berharap untuk hidup dengan aman dan sejahtera. Masalah yang dihadapi membuat setiap orang menggunakan akalinya sehingga hal ini juga mendukung teknologi untuk berkembang secara terus menerus. Kemajuan dari teknologi sendiri merupakan hal penting yang tidak dapat dipisahkan dari hidup manusia karena dengan majunya teknologi, hal ini berjalan sesuai dan berdasarkan majunya ilmu pengetahuan. Harapannya dengan adanya majunya teknologi ini kehidupan umat manusia mendapat dampak yang positif. Teknologi yang semakin maju pastinya akan mempermudah manusia, serta menjadi cara baru dalam melakukan kegiatan. Banyaknya inovasi teknologi yang muncul dalam beberapa dekade terakhir ini, membuat manusia merasakan banyaknya *benefit*.

Dalam era globalisasi sekarang ini penggunaan teknologi adalah suatu hal yang berharga dan menjadi suatu aspek majunya sebuah negara. Kemajuan sebuah negara dimungkinkan apabila adanya tingkat yang tinggi atas penguasaan teknologi. Begitupun sebaliknya, suatu negara disebut tertinggal apabila negara tersebut tidak dapat beradaptasi dengan majunya teknologi. Negara yang berhasil pastinya berkuasa karena bermodalkan teknologi yang tinggi. Di sisi lain, perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat mengagumkan

telah memberikan *benefit* spektakuler untuk peradaban semua manusia. Hal tersebut berpengaruh pada pekerjaan mereka. Sebelumnya, banyak pekerjaan yang menuntut *skill* fisik yang cukup tinggi dan sekarang *relative* telah biasa digantikan dengan *platform* atau media yang tersedia.¹ Mengenai kemajuan teknologi yang modern pastinya berhubungan dengan bidang komunikasi. Oleh karena itu, dengan adanya kemajuan teknologi muncul beragam media sosial. Saat kemunculan pertama kali media dalam rumah kita, terjadi perubahan atas pola konsumsi media. Sebuah studi menyatakan bahwa satu per tiga dari pengguna internet sebenarnya menonton televisi dengan waktu lebih dari pada sebelumnya saat mereka mulai mengenal dan memanfaatkan jaringan.² Selain itu, kerap kali sebagai sumber informasi banyak orang, saat ini internet menjadi kompetitor atas koran, majalah, dan televisi.³

Secara umum, media sosial memiliki ciri khusus sebagai berikut:⁴

1. Pesan yang disampaikan dan diterima tidak hanya berlangsung antara individu, tetapi juga melibatkan sejumlah pengguna yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak lagi terbatas pada pertukaran langsung antara dua orang, melainkan mencakup audiens yang lebih luas yang terhubung melalui platform media sosial atau saluran komunikasi digital lainnya.

¹ Muhamad Ngafifi, "Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya", Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi, Vol 2, Nomor 1, 2014, Hal 34.

² Joseph Straubhaar, Robert Larosse, Lucinda Davenport "Media Now", Cengage learning 2017.

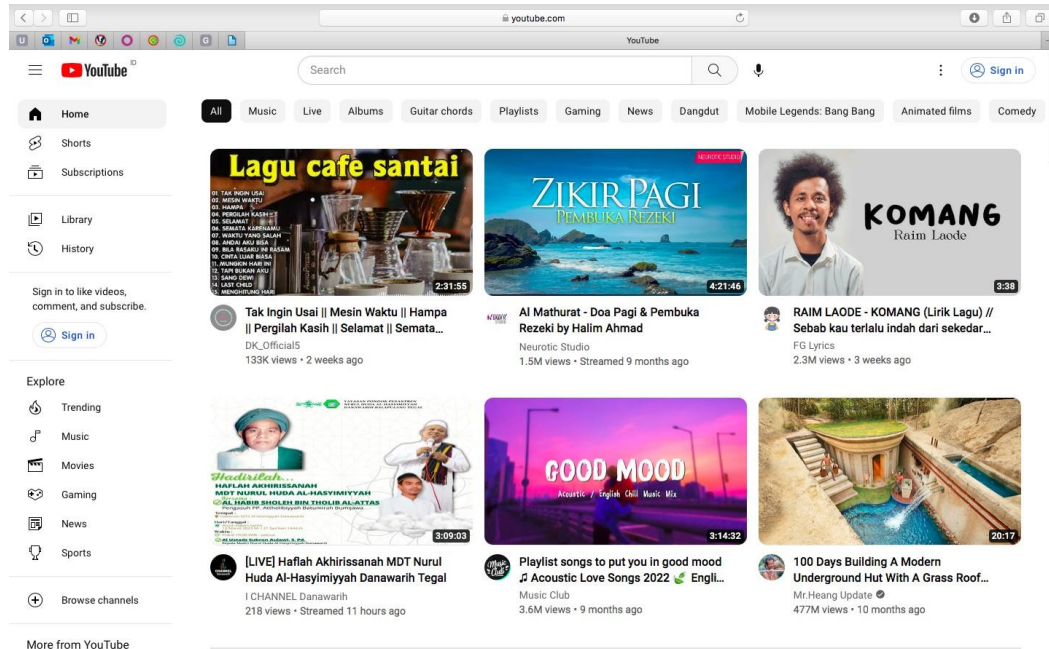
³ Ibid.

⁴ Edy Chandra, "YouTube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi", Jurnal Muara Ilmu Sosial dan Seni Vol. 1 No. 2 Oktober 2017, Hal 407.

2. Pesan yang disampaikan dalam konteks ini memiliki karakteristik yang lebih bebas dan tidak terkontrol. Ini berarti bahwa pengguna dapat mengungkapkan pikiran, ide, atau opini mereka tanpa adanya kendala atau batasan tertentu. Dalam lingkungan digital, individu memiliki kebebasan untuk menyampaikan pesan mereka tanpa perlu memperhitungkan struktur atau norma sosial yang mungkin membatasi ekspresi mereka.
3. Komunikasi melalui media digital memungkinkan pesan untuk diproses dengan cepat oleh penerima. Dibandingkan dengan media tradisional seperti surat atau telepon, media digital memungkinkan interaksi yang lebih instan dan responsif. Pesan yang disampaikan dapat diterima dan ditanggapi dalam waktu singkat, memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih dinamis dan efisien.
4. Dalam konteks ini, penerima pesan memiliki kontrol atas waktu dan waktu interaksi. Mereka dapat memilih kapan dan bagaimana mereka akan terlibat dalam komunikasi digital, baik dengan langsung merespons pesan atau menunda interaksi hingga waktu yang lebih tepat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi digital, penerima memiliki kekuatan untuk mengatur dan mengelola pengalaman komunikasi mereka sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

Media sosial yang sangat populer yaitu YouTube dengan *link* sebagai berikut <https://www.youtube.com> dan berikut gambar *website* media sosial

YouTube.



Gambar 1.1 Laman Website YouTube

YouTube merupakan sebuah wadah yang memiliki fungsi dengan *website* untuk menjalankan fitur nya. Dengan adanya YouTube, masyarakat luas atau seorang pengguna yang memiliki akun media sosial YouTube bisa mengunggah atau menampilkan rekaman atau gerakannya sehingga dapat dilihat dan diapresiasi oleh banyak orang. Namun, banyaknya pengguna YouTube tentu saja akan memicu persaingan yang ketat. Di sinilah kita membutuhkan sebuah media yang dapat menunjukkan keunikan dalam interaksi kemajuan teknologi di media sosial ini. YouTube merupakan video berbasis online dan alasan utama situs ini adalah mekanisme dalam mendapatkan, meninjau, dan berbagi rekaman unik ke seluruh pengguna melalui hal tersebut.⁵ Pada peluncuran YouTube telah

⁵ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube, Bali: Sekolah Tinggi Desain Bali 2019, Hal. 260

mempermudah banyak pengguna untuk menemukan, melihat, serta menawarkan rekaman. YouTube memberikan diskusi kepada individu untuk berinteraksi, dan memberikan data. Tidak hanya itu, YouTube bahkan telah mengisi sebagai tahap apropriasi bagi pembuat dan promotor, baik dari segala bentuk maupun ukurannya. YouTube juga merupakan organisasi yang diklaim oleh Google.

Pada tanggal 14 Februari 2005, platform berbagi video terkenal, YouTube, pertama kali menjalani proses administratif pendaftarannya. Menariknya, tanggal tersebut bersamaan dengan perayaan Hari Valentine yang dikenal sebagai momen cinta. Pertanyaan apakah hal ini terjadi secara kebetulan atau merupakan hasil dari perencanaan matang oleh ketiga pendiri YouTube, yang sebelumnya telah bekerja sebagai karyawan mantan perusahaan pembayaran daring *PayPal* (situs bisnis online) yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005.

Mengikuti langkah awal tersebut, pada bulan Mei tahun yang sama, YouTube memperkenalkan versi awalnya yang dikenal sebagai versi beta. Saat itu, YouTube berfungsi sebagai perusahaan yang mendapatkan pendanaan awal dari individu dengan kekayaan berlimpah, yang dikenal dengan sebutan investor individu atau "*angel investor*".

Namun, tak butuh waktu lama sejak itu, karena dalam waktu enam bulan, perusahaan ini berhasil mendapatkan investasi dana dalam jumlah besar senilai 3,5 juta dolar Amerika Serikat dari Sequoia Capital, perusahaan modal ventura yang sangat terkenal.⁶ Pada saat itu pula, YouTube mengumumkan keberadaannya secara resmi, menggarisbawahi perubahan statusnya dari proyek awal menjadi

⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, Hal. 15

perusahaan yang semakin matang.

Setelah melakukan penyesuaian strategi yang signifikan, YouTube menyaksikan lonjakan pertumbuhan yang luar biasa. Pada bulan Januari 2006, dalam waktu yang relatif singkat, jumlah penonton video di platform ini melesat hingga mencapai angka 25 juta. Tidak hanya itu, pada bulan Juli tahun yang sama, YouTube bahkan berhasil menampung sekitar 65.000 video yang diunggah oleh penggunanya setiap hari, mengundang lebih dari 100 juta kunjungan dalam sehari.⁷

Keberhasilan yang menanjak tersebut ternyata membawa dampak positif bagi pertumbuhan bisnis Youtube. Dorongan ini kemudian membuat Sequoia Capital dan Artist Capital, perusahaan modal ventura, berinisiatif untuk menyuntikkan tambahan dana sebesar 8 juta dolar pada bulan April 2006.⁸ Hal ini direspon dengan kinerja operasional yang semakin baik, serta hasil yang lebih menguntungkan. Kejayaan YouTube pun semakin tak terbendung, mengukuhkan posisinya sebagai salah satu platform terkemuka di dunia.

Namun, puncak kesuksesan Youtube tercapai pada bulan Oktober 2006, ketika perusahaan teknologi raksasa dari Amerika Serikat, Google Inc., mengakuisisi Youtube melalui pembelian saham sebesar 1,65 miliar dolar.⁹ Dengan nilai konversi saat ini, jumlah ini setara dengan angka yang mengagumkan, yaitu sekitar 23 triliun rupiah. Transaksi ini berhasil menjadi salah satu akuisisi terbesar yang pernah dijalankan oleh Google. Hal itu menunjukkan

⁷ ibid.

⁸ ibid. hal 16

⁹ ibid.

betapa berharganya kehadiran dan potensi pertumbuhan dari platform berbagi video yang akrab kita sebut sebagai Youtube.¹⁰

Seorang pengguna media sosial YouTube yang dimana aktif dalam membuat konten yang berbentuk video yang menarik, unik dan sangat beragam dapat disebut sebagai “YouTuber”. Sebagai seorang YouTuber, mereka memiliki akun YouTube yang dinamis dengan konsisten mengunggah rekaman yang mereka buat setiap minggu.¹¹ Dengan keunggulan dan ketenaran YouTube, banyak orang yang ingin menjadi pembuat konten untuk mendapatkan ketenaran dan bahkan menjadikannya sebagai bisnis untuk mendapatkan *AdSense*

Salah satu pembuat konten Indonesia yang secara konsisten menghasilkan uang dalam jumlah besar, seperti Ria Ricis, Atta Halilintar, Baim Wong, Raffi Ahmad, dan lainnya.¹² Kebutuhan masyarakat kita saat ini tanpa diragukan lagi sedang berkembang. Dengan banyaknya usaha yang saat ini sedang dikembangkan dengan gencar oleh masyarakat kita, baik yang muda maupun yang tua, terutama dalam sektor ekonomi kreatif, kebutuhan akan kredit untuk mendukung usaha tersebut tentu saja juga sangat besar. Secara umum, jaminan memiliki peran sebagai sarana untuk menjamin pelunasan kredit atau pembiayaan. Jaminan tersebut dapat berupa karakter, kemampuan modal, dan prospek usaha dari peminjam, yang merupakan bentuk jaminan tidak berwujud yang menjadi prioritas

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, Hal. 17

¹¹ Supriono, Ahmad Harun Yahya, *NEW MEDIA DAN STRATEGI PERIKLANAN*(Analisis diskursus youtubers sebagai stealth marketing), *AKTUALITA* jurnal penelitian sosial dan keagamaan Volume 9, Edisi 1 (Juni 2019), Hal 7.

¹² Kindarto, Asdani, *Belajar Sendiri YouTube*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018, hlm. 2

utama.¹³ Dengan perkembangan zaman yang modern ini selain media sosial yang berkembang dengan pesat, terdapat perusahaan *Financial Technology* yang muncul sebagai opsi alternatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan jasa keuangan.¹⁴ *Financial Technology* juga disebut sebagai inovasi teknologi dalam sektor layanan keuangan yang menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk dengan dampak yang signifikan terkait penyediaan layanan keuangan. Dengan kreativitas dan inovasi teknologi, *Financial Technology* membuka opsi baru bagi konsumen dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan, termasuk pembayaran, pengiriman uang, intermediasi dana, dan investasi.¹⁵

Dalam Pasal 1131 KUH Perdata yang berbunyi,

“Segala kebendaan si berutang, baik yang bergerak maupun yang tak bergerak, baik yang sudah ada maupun yang baru Terhadap Undang-Undang Kepailitan (UU No. 4 Tahun 1998) ada di kemudian hari, menjadi tanggungan untuk segala perikatan perseorangan”

terdapat konsep jaminan umum dan jaminan khusus beserta turunannya. Jaminan merujuk pada kesepakatan antara pemberi pinjaman dan peminjam, di mana peminjam menjanjikan sebagian asetnya untuk menyelesaikan hutang sesuai dengan peraturan yang berlaku, jika terjadi kegagalan pembayaran sesuai waktu yang ditentukan.

Oleh karena itu, lembaga keuangan yang ingin memberikan pembiayaan juga memerlukan jaminan yang dapat dipercaya untuk memberikan modal kepada

¹³ Salim HS, Perkembangan Hukum Jaminan di Indonesia, Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hlm.78

¹⁴ Hendra Kusuma dan Wiwiek Kusumaning Asmoro, Perkembangan Financial Technology Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam, ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development, Volume 4, No. 2, Desember 2020, Hal 142

¹⁵ Ibid.

peminjam. Jika sebelumnya jaminan hanya terbatas pada barang-barang bergerak dan tidak bergerak, sekarang berbagai jenis jaminan telah berkembang, termasuk kekayaan intelektual yang dapat dijadikan sebagai jaminan.

Apabila dilihat dari kacamata perkembangan sektor ekonomi kreatif pada saat ini masyarakat luas sudah marak menggunakan media sosial untuk memanfaatkan banyak peluang di dalamnya. Menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, yang berbunyi

“Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari Kekayaan Intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.”

Ekonomi Kreatif dijabarkan sebagai sebuah perwujudan dari nilai tambah kekayaan intelektual yang bersumber dari buah pemikiran atau ide kreatif dari manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Di era globalisasi ini ekonomi kreatif di Indonesia dapat berkembang dengan pesat dikarenakan telah tersedianya kemajuan teknologi sehingga hal tersebut sangat menguntungkan industri yang bergerak pada sektor ekonomi kreatif.

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang dimiliki oleh setiap individu yang timbul dari kemampuan intelektual pribadi individu tersebut. Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) atau *Intellectual Property Rights* dapat disebut sebagai hak individu dari seseorang dan hak ini merupakan hak yang tidak berwujud (*intangible rights*). Perlindungan terhadap HAKI sejatinya guna untuk mendapatkan pengakuan dan perlindungan hukum dari sebuah karya ataupun ide yang telah dilahirkan oleh kreativitas seseorang sehingga dapat dimanfaatkan

secara ekonomi (hak eksklusif) oleh orang yang bersangkutan dalam jangka waktu tertentu.

Pada aspek Hak Kekayaan Intelektual lainnya, terutama Hak Kekayaan Industri, terdapat prinsip deklaratif di mana suatu ciptaan akan mendapatkan perlindungan hukum setelah ciptaan tersebut selesai dibuat, diketahui, didengar, dan dilihat oleh pihak lain. Konten YouTube merupakan salah satu karya seni dalam bentuk video yang diunggah dalam *platform* media sosial yaitu YouTube itu sendiri. Konten YouTube tersebut termasuk dalam Hak Cipta (*copyright*) yang di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.¹⁶

Penetapan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 24 Tahun 2022 tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif mengatur hak ekonomi dari pemegang hak cipta secara khusus. Peraturan tersebut juga mengatur skema pembiayaan yang dapat diajukan oleh masyarakat dengan menggunakan kekayaan intelektual sebagai jaminannya. Objek dari jaminan yang dewasa ini sudah sangat berkembang, termasuk kekayaan intelektual yang dapat dijadikan jaminan fidusia adalah bukti bahwa konten YouTube sebagai kekayaan intelektual dapat diperhitungkan nilainya pada era global ini. Sebelum memberikan jaminan kepada kreditur, penting untuk memahami bahwa prinsip jaminan mensyaratkan objek jaminan harus didaftarkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Baru-baru ini, Yasonna Laoly

¹⁶ Ferdiansyah Putra Manggala, Vinka Kurnia Dewi “Urgensi Pembebanan Jaminan Fidusia Pada Konten YouTube yang telah memiliki iklan (adsense)”, Jurnal Inicio Legis Vol 3 Nomor 2 November 2022, Hal 117.

membenarkan bahwa konten YouTube termasuk kekayaan intelektual yang dapat dijadikan jaminan fidusia, dengan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi. Hal ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama karena YouTube menjadi semakin populer di Indonesia sebagai platform untuk mengembangkan ide dan kreativitas, serta sebagai sumber potensial penghasilan. Konten YouTube dapat dibagi menjadi dua dalam hal nilai ekonomi, yaitu konten yang sudah dimonetisasi melalui iklan (*adsense*) dan konten yang belum dimonetisasi.

Sebagai tujuan penelitian tesis konten media sosial YouTube yang akan diteliti pada pokoknya mengenai hak jaminan yang akan didapat oleh pengguna atau pemilik konten media sosial YouTube tersebut. Ketika pemilik konten berniat untuk mengajukan konten tersebut sebagai jaminan bagaimana implementasinya apabila di korelasikan dengan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dan Hukum Jaminan di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas penulis bermaksud membahas mengenai hak kekayaan intelektual khususnya di hak cipta, kebendaan, hak kepemilikan, serta regulasi dan sistem perlindungan terhadap konten media sosial YouTube yang dikorelasikan dengan Hukum di Indonesia.

Maka berdasarkan observasi yang sudah ditinjau oleh penulis, belum ada tugas akhir yang memiliki topik pembahasan yang sama dengan penulis di Program Pascasarjana Magister Hukum Universitas Pelita Harapan. Namun terdapat beberapa artikel yang memiliki kemiripan dengan tugas akhir penulis yaitu sebagai berikut:

1. Fattikha Laula, “Tinjauan Yuridis Pengetahuan Hukum Konten Youtube sebagai Objek Jaminan Fidusia di Indonesia”, Thesis, Semarang, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung, 2024, dimana karya tulis tersebut hanya membahas terkait akun media sosial sebagai jaminan fidusia di Indonesia memiliki aspek yang mirip dengan hak kebendaan namun bukan benda.
2. Ujang Badru Jaman. “Prospek Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai Jaminan Utang”, Jurnal, Jawa Barat, Fakultas Hukum, Universitas Nusa Putra, 2022, dimana karya tulis tersebut lebih difokuskan untuk mengetahui prospek Hak kekayaan intelektual secara umum dalam menjadikan objek jaminan utang namun tidak ada spesifikasi khusus mengenai konten YouTube .
3. Gerid Williem Karlosa Reskin, Wirdyaningsih. “Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual sebagai Jaminan Utang menurut PP Nomor 22 Tahun 2022”, Jurnal, Fakultas Hukum, Universitas Pakuan, 2022, dimana karya tulis tersebut hanya membahas pengaturan terkait Hak Kekayaan Intelektual bagi para pelaku ekonomi kreatif dalam PP Nomor 22 tahun 2022.

Sedangkan penelitian tesis ini menitikberatkan pada dua aspek yaitu sebagai berikut:

1. analisis regulasi terkait penilaian konten media sosial, khususnya YouTube, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No 24 Tahun

2022 yang merupakan turunan dari Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Penelitian ini akan menggali hukum yang mengatur evaluasi dan penilaian konten media sosial dalam konteks regulasi yang ada.

2. penelitian ini juga meneliti implementasi penggunaan konten media sosial YouTube sebagai jaminan utang di sektor perbankan. Dalam poin ini, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana praktik ini dijalankan dalam kerangka regulasi yang ada dan dampaknya terhadap para pelaku industri kreatif dan lembaga keuangan.

Dengan menyelidiki kedua aspek ini, penelitian ini berharap memberikan wawasan mendalam tentang hukum dan praktik terkait dengan konten media sosial dan dampaknya pada ekonomi kreatif serta sektor perbankan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan mengenai penilaian atas Konten Media Sosial YouTube dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif sehubungan dengan pemberian jaminan atas utang?
2. Bagaimana pelaksanaan penggunaan konten media sosial YouTube dijadikan sebagai jaminan utang pada sektor perbankan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Memahami penilaian atas Konten Media Sosial

YouTube merupakan langkah yang penting, terutama dalam konteks pemberian jaminan atas utang, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Proses ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap berbagai aspek, mulai dari nilai konten yang dihasilkan, dampaknya terhadap masyarakat, hingga potensi pendapatan yang dapat dihasilkan dari konten tersebut. Dengan memahami secara holistik tentang bagaimana konten media sosial, khususnya di platform YouTube, dinilai, kita dapat memastikan bahwa jaminan yang diberikan atas utang didasarkan pada evaluasi yang akurat dan komprehensif, sesuai dengan kerangka regulasi yang berlaku. Ini juga membantu melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat, baik pemberi utang maupun penerima jaminan, serta memperkuat stabilitas dalam ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan.

2. Untuk Mendapatkan cara menggunakan konten YouTube agar dapat dijadikan jaminan utang. Selain dari pada itu untuk mengetahui serta mempelajari dengan mendalam mengenai bagaimana konten yang dipublikasikan di platform media sosial YouTube digunakan sebagai jaminan dalam transaksi keuangan di sektor perbankan. Dengan memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang cara kerja konten media sosial, terutama di platform YouTube, dalam konteks pemberian jaminan utang, kita dapat memastikan bahwa keputusan yang diambil dalam transaksi keuangan didasarkan pada analisis yang akurat dan

komprehensif. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang hal ini juga membantu untuk melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat, baik pemberi utang maupun penerima jaminan, sambil memperkuat stabilitas dan kepercayaan dalam sektor perbankan dan ekonomi secara keseluruhan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari aspek keilmiahannya maupun dalam memahami terkait penilaian atas konten media sosial YouTube yang dapat dijadikan sebagai jaminan atas utang berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Dan dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilaksanakan penulis serta diharapkan dapat memberi manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa melalui penelitian ini, peneliti dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan perspektif yang lebih mendalam kepada berbagai pihak, termasuk masyarakat umum, praktisi hukum, dan individu atau entitas yang terlibat secara langsung dalam ranah hukum. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membuka ruang untuk penerapan pandangan baru yang dapat memperkaya dialog dan perdebatan yang berkaitan dengan aspek-aspek hukum yang relevan. Dengan memperluas cakupan pengetahuan dan perspektif, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga dalam penyempurnaan kebijakan yang terkait dengan penegakan

hukum dan perlindungan hak-hak, baik bagi pengguna maupun pengembang yang terlibat dalam interaksi langsung dengan sistem hukum. Kesimpulannya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk pembahasan lebih lanjut, bertujuan untuk memperbaiki efektivitas dan keadilan dalam sistem hukum secara keseluruhan.

2. Manfaat Praktisi

Diharapkan bahwa penelitian tesis ini dapat berfungsi sebagai dasar pengetahuan yang berguna serta sebagai panduan yang bermanfaat bagi berbagai pihak, termasuk pengguna akun media sosial YouTube, pembuat konten, masyarakat umum, praktisi hukum, serta lembaga penegak hukum atau pemerintah. Tujuan utamanya adalah untuk menyediakan informasi yang komprehensif dan relevan mengenai potensi penggunaan konten media sosial YouTube sebagai jaminan dalam transaksi perbankan sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku di Indonesia. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memperluas pemahaman dan memberikan arahan praktis bagi mereka yang terlibat dalam hal ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penelitian, pembagian penulisan hukum yang dilakukan oleh penulis dibagi menjadi beberapa bab, bertujuan untuk memudahkan pembaca agar lebih mudah memahami materi penulisan hukum ini. Berikut uraian dari bab-bab tersebut yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan menjadi 6 sub bab yaitu Latar Belakang, Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TEORI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai tinjauan pustaka yang akan di bagi menjadi beberapa sub bab yaitu mengenai landasan teori dan landasan konseptual yang terkait dengan konten media sosial YouTube dijadikan sebagai jaminan utang berdasarkan Hukum Positif di Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan hasil penelitian dan pembahasan dengan menjelaskan berdasarkan data-data yang didapat untuk menjawab masalah penelitian yang sudah ditulis sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini penulis akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian ini terhadap jawaban dari masalah penelitian yang sudah ditentukan.