

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk yang mempunyai kemampuan berpikir dan keterampilan dapat membentuk sebuah ide baru atau gagasan baru, hasil dari ide atau gagasan tersebut kemudian dituangkannya kepada sebuah karya ciptaan, oleh sebab itu manusia memiliki daya untuk menghasilkan sebuah kekayaan intelektual.¹ Terdapat berbagai macam karya yang dapat dihasilkan manusia, karya-karya tersebut berasal dari kemampuan berkreasi dan intelektual seseorang antara lain dalam bidang seni, ilmu pengetahuan, teknologi, sastra, dan lainnya.²

Dalam menciptakan suatu karya cipta, tentu ada subjek atau orang yang membuat atau menciptakan karya cipta tersebut. Menurut Vollmar, setiap makhluk hidup mempunyai apa yang disebut wewenang berhak yaitu kewenangan untuk mem-*bezit* (mempunyai) hak-hak dan setiap hak tentu ada subjek haknya sebagai pendukung hak tersebut.³ Setiap ada hak tentu ada kewajiban. Setiap pendukung hak dan kewajiban disebut subjek hukum yang terdiri atas manusia (*natuurlijk person*) dan badan hukum (*rechtspersoon*).⁴ Jika dikaitkan dengan hak cipta, maka

¹ Graeme W. Austin, "The Two Faces Of Fair Use." *New Zealand Universities Law Review* No. 25 (2012), hal. 285.

² Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, LN No.266 Tahun 2014, TLN No. 5599, Pasal. 1 angka 3

³ HFA, Vollmar, (Bandung: Bina Cipta, 1976), hal.20.

⁴ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1980), hal. 2

subjeknya ialah pemegang hak yaitu pencipta atau orang atau badan hukum yang secara sah memperoleh hak untuk itu.⁵

Pencipta dan kepemilikan adalah pokok utama yang terpenting dalam hukum hak cipta, yang dimaksud pencipta harus mempunyai kualifikasi tertentu agar hasil karyanya dapat dilindungi. Seorang pencipta harus mempunyai identitas dan status untuk menentukan kepemilikan hak. Pada dasarnya seorang yang membuahkan karya tertentu adalah seorang pemilik hak cipta.⁶

Menurut Pasal 1 Angka 2 UU Hak Cipta No. 28 Tahun 2014 menyatakan yang dimaksud dengan Pencipta adalah seorang atau beberapa orang yang secara sendiri - sendiri atau bersamasama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi. Selanjutnya, di Pasal 1 Angka 4 UU Hak Cipta No.28 Tahun 2014 menyatakan bahwa yang dimaksud pemegang hak cipta adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari Pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah.⁷

Berkaitan dengan hak cipta di atas, mendapat tantangan serius seiring dengan berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (“TIK”) yang dapat mempengaruhi cara mencipta dan karya cipta seseorang, yang dimaksud dengan

⁵ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2010), hal. 235

⁶ Hasbir Paserangi dan Ibrahim Ahmad, *Hak Kekayaan Intelektual: Perlindungan Hak Cipta Perangkat Lunak Program Komputer dalam Hubungan dengan Doktrin-Doktrin dalam TRIPs di Indonesia*, (Jakarta: Rabbani Press, 2011), hal. 34

⁷ *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, U.N.T.S. 299 (Ditandatangani 15 April 1994), Pasal. 9

TIK adalah segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, pengelolaan dan penyampaian atau pemindahan informasi antar sarana/media.⁸

Perkembangan TIK dapat kita lihat secara mudah keberadaannya seperti teknologi internet dan siaran langsung, ide dan inovasi yang ditawarkan semakin banyak dan meningkat pada industri TIK membuat akses yang mudah dan berbagai macam pilihan baru terutama untuk membuat sebuah karya cipta. Hal ini dapat dilihat dari kemudahan pengaksesan internet yang dilakukan melalui media elektronik yang mana sangat mendukung untuk menciptakan karya kemudian karya kreasi ini juga dapat dibagikan kepada media sosial/platform seperti tiktok, Instagram, Twitter, dan lainnya yang dapat dengan mudah dilihat oleh masyarakat luas.

Suatu perkembangan TIK membawa keuntungan dan kerugian, dalam hal keuntungan seperti dengan kemudahan untuk berselancar di internet dapat memberikan banyak ide, referensi hingga fitur yang ditawarkan untuk berkarya.⁹ Karya seni yang sering dibagikan oleh para seniman ini biasanya adalah berbentuk video bernyanyi, baik menyanyikan lagu ciptaan sendiri, menyanyikan ulang lagu-lagu musisi terkenal, bahkan ada yang menyanyikan lagu-lagu musisi terkenal yang liriknya atau musiknya telah diubah untuk tujuan lelucon, yang sering disebut dengan lagu parodi. Dalam sudut pandang hiburan, lagu parodi saat ini menjadi tren tersendiri dalam mengekspresikan karya seni lagu, karena proses penciptaan lagu

⁸ BPPTIK Kominfo, "Teknologi Informasi dan Komunikasi," <https://bpptik.kominfo.go.id/glosarium/teknologi-informasi-dan-komunikasi/>, diakses 27 Agustus 2024.

⁹ Setiawan. "Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Mulawarman Samarinda, 2013

parodi tidak begitu sulit dibandingkan harus menciptakan lagu ciptaan sendiri dan hasilnya pun lebih menghibur. Seperti dalam aplikasi media sosial TikTok, para pengguna seringkali memanfaatkan lagu atau musik untuk penggunaan komersial yang dilakukan secara melawan hukum atau dapat dikatakan mengakibatkan suatu pelanggaran Hak Cipta. Dimana berdasarkan rezim hukum HAKI di Indonesia, hal demikian dapat melanggar hak cipta lagu original yang diciptakan oleh pencipta dan dibawakan oleh pelaku pertunjukan, khususnya hak moral.

Pada dasarnya, setiap pengguna dapat mengunggah semua video yang mereka ambil ke dalam tiktok. Namun jika kita melihat “*term of service*” tiktok, terdapat pembatasan-pembatasan yaitu, pengguna tidak boleh mengunggah video yang bermuatan kekerasan, telanjang, sebagian telanjang, diskriminatif, melanggar hukum, kebencian, dan pornografi.¹⁰ Video yang dibagikan di situs tiktok beranekaragam.

Pengubahan ciptaan orang lain sebagian maupun seluruhnya dilarang oleh UUHC, karena dinilai bertentangan dengan Hak Moral, baik pencipta maupun pelaku pertunjukan. Namun demikian lagu parodi nampaknya justru menjadi hal yang biasa dan tidak membawa konsekuensi hukum. Hal ini dikarenakan Pencipta lagu parodi kerap kali menggunakan dalil *fair use* dengan cara mencantumkan nama pelaku pertunjukan dalam kolom *caption*, sehingga pengunggahan lagu parodi tersebut dianggap sudah dilindungi.

¹⁰ Rahma, Hasrina, and Yati Nurhayati. "Legalitas Cover Song yang Diunggah ke Akun Youtube." *Al-Adl*, vol. 12, no. 1, 2020, pp. 77-88

Fair use (penggunaan wajar) merupakan suatu doktrin hak istimewa bagi setiap orang untuk menggunakan karya cipta orang lain tanpa persetujuan penciptanya terlebih dahulu. Penggunaan tanpa persetujuan tersebut baru bisa dilakukan dengan alasan-alasan atau tujuan-tujuan yang *reasonable*.¹¹ Di dalam UU Hak Cipta, ketentuan mengenai penggunaan wajar terkait video *youtube* diatur di dalam pasal 44 ayat 1 huruf a yang menyatakan bahwa penggunaan, pengambilan, penggandaan, dan/atau perubahan suatu ciptaan dan/atau produk hak terkait secara seluruh atau sebagian yang substansial tidak dianggap sebagai pelanggaran Hak Cipta jika sumbernya disebutkan atau dicantumkan secara lengkap untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah dengan tidak merugikan penggunaan yang wajar dari Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.

Pengecualian Hak Cipta yang paling dikenal luas di Amerika Serikat adalah Penggunaan yang Wajar/*Fair Use*. Belum ada aturan yang jelas terkait Penggunaan yang Wajar/*Fair Use*, artinya pengadilan akan menentukan apakah penggunaan yang melanggar tersebut merupakan Penggunaan yang Wajar atau bukan. Sebuah pemanfaatan dianggap layak jika memenuhi empat faktor berikut: maksud dan karakteristik pemanfaatan, sifat karya yang memiliki Hak Cipta, jumlah dan signifikansi bagian yang dimanfaatkan dibandingkan dengan karya yang memiliki Hak Cipta secara keseluruhan, dan dampak pemanfaatan tersebut terhadap potensi pasar atau nilai dari karya ber-Hak Cipta tersebut secara keseluruhan. Konsep

¹¹ H. C. Black, *Black Law's Dictionary, Definition Of The Terms And Phares Of American And English Jurisprudence, Ancient And Modern*, (Ed. 6), (United States Of Americ: West Publishing Co., 1990), p. 598.

Pemanfaatan Layak ini diterapkan dengan tujuan mendorong kebebasan berekspresi.¹²

Doktrin *Fair Use* yang diberlakukan di Amerika Serikat tidak hanya bertujuan untuk melindungi Pencipta, yang di dalamnya juga termasuk perlindungan bagi hak ekonomi dari Pencipta, selain itu juga perlindungan bagi penggunaan umum yang lebih besar, dan tidak terbatas hanya pada pengguna atau pemakai Ciptaan yang bersangkutan.¹³ Di Indonesia, Penggunaan yang Wajar diatur dalam Bab VI Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut UU Hak Cipta) Pasal 43 s.d. Pasal 51. Pasal 43 huruf d UU Hak Cipta menjelaskan, “kegiatan yang tidak dianggap sebagai pelanggaran Hak Cipta mencakup tindakan dan distribusi materi Hak Cipta melalui teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat non-komersial dan/atau memberikan manfaat kepada Pencipta atau pihak terkait, atau saat Pencipta memberikan izin untuk pembuatan dan penyebarluasan tersebut.”¹⁴ Selanjutnya, Pasal 44 ayat (1), UU Hak Cipta menyatakan bahwa “Pemanfaatan, reproduksi, duplikasi, dan/atau modifikasi substansial sebagian atau seluruh Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait tidak dianggap sebagai pelanggaran Hak Cipta jika sumbernya diidentifikasi atau diungkapkan secara menyeluruh untuk tujuan:

¹² Megan Parker, “Copyright in Journalism and News Reporting,” Copyright Alliance, 29 Maret 2022, diakses melalui <https://copyrightalliance.org/copyright-journalism-news-reporting/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2024

¹³ Margaritha Rami Ndoen dan Hesti Monika, “Doktrin Fair Use terhadap Cover Version Lagu dalam Perspektif Perlindungan Hak Cipta (Perbandingan antara Undang-Undang Hak Cipta Indonesia dengan Amerika Serikat),” *Paulus Law Journal*, Vol. 1, No. 1, 2019, hal. 2.

¹⁴ Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, LN Tahun 2014 No. 266 TLN No. 5599, selanjutnya disebut UU Hak Cipta, Pasal 43 huruf d.

1. Pemanfaatan untuk pendidikan, riset, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penyusunan kritik atau analisis suatu isu, dengan tetap memperhatikan penggunaan yang wajar dari Pencipta atau Pemegang Hak Cipta;
2. Penggunaan yang terkait dengan keamanan dan pelaksanaan tugas pemerintahan, legislatif, dan yudisial;
3. Ceramah yang semata-mata untuk tujuan pendidikan dan pengetahuan; Pertunjukan atau pementasan tanpa imbalan, dengan syarat tidak merugikan penggunaan yang wajar dari Pencipta.

Lebih lanjut, Pasal 44 ayat (1) huruf a menjelaskan bahwa yang diartikan dengan Penggunaan yang Wajar dari Pencipta atau Pemegang Hak Cipta adalah “penggunaan yang bersandar pada keseimbangan dalam mendapatkan manfaat ekonomi dari suatu Karya.”

Dengan melihat kepada syarat-syarat penggunaan wajar mengenai penulisan kritik, pencantuman sumber dan unsur penggunaan yang wajar pencipta yang diatur di dalam UU Hak Cipta, dapat dikatakan kurang jelas pengaturannya, sehingga penafsiran atas pencatuman sumber dan tindakan yang dinilai telah melanggar penggunaan pencipta pun dapat diperluas maupun dipersempit karena setiap orang dapat menginterpretasikan makna dibalik unsur tersebut. Pada kesimpulannya, Setiap orang mempunyai hak untuk mendapat perlindungan bagi penggunaan moral

dan material yang berasal dari ciptaan ilmiah, sastra atau hasil seni yang mana dia merupakan penciptanya.¹⁵

Content creator adalah orang yang berprofesi membuat konten dengan tujuan promosi bisnis. Dengan sejumlah variasi alasan menjadi content creator, Indonesia adalah gudang berbagai selebritas media sosial yang tidak ada habisnya. Ada banyak jenis bisnis *content creator*, seperti menghasilkan konten, kolaborasi, review produk, iklan, dan lain sebagainya.

Brand dalam mempromosikan barang/jasa yang mereka juga sering menggunakan berbagai jenis konten tersebut untuk menjadi sarana pemasaran bisnis. Kerja sama antara brand dan content creator bisa saling menguntungkan. Brand bisa mempromosikan produk dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan merek, sementara *content creator* bisa mendapatkan penghasilan.

Sudah tidak dapat diragukan lagi bahwa kekuatan media sosial sangat membawa pengaruh yang besar. Misalnya saja *endorsement* yang banyak dilakukan di media sosial oleh banyak *Content Creator*. *Content Creator* harus me-review produk tersebut dengan jujur sesuai dengan apa yang mereka rasakan. Tetapi kenyataannya pada saat ini adalah kebalikannya, dimana *public figure* yang di-*endorse* untuk mempromosikan suatu produk menggunakan kata – kata yang telah di buat atau di rekayasa oleh penjual. *Content Creator* tersebut seharusnya benar-benar merasa tertarik pada suatu produk itu dan ingin me-review produk tersebut sesuai dengan apa yang ia rasakan. Para pelaku usaha tersebut tersebut cukup hanya

¹⁵ T. Hozumi, *Buku Panduan Hak Cipta Asia Versi Indonesia [Asian Copyright Handbook]*, Diterjemahkan Oleh Masri Maris, (Jakarta: Ikapi, 2006), hal. 2.

dengan menggunakan media online untuk berbisnis. Bisnis tersebut di mulai dari menjual produk kecantikan (makeup), makanan, boneka, obat – obatan, pakaian, sepatu, handphone, jam tangan dan lain sebagainya. Untuk membuat produk mereka dapat dikenal oleh masyarakat biasanya mereka menggunakan teknik promosi *endorsement* yang dilakukan di media sosial, seperti Tiktok.

Pengaruh *content creator* dalam periklanan / *advertising* adalah memberikan sesuatu yang berbeda dan tentunya kreatif dalam membantu perusahaan yang membutuhkan jasa periklanan seperti ini. Adapun alasan *brand* memakai *content creator*:¹⁶

1. Memudahkan promosi suatu produk dengan konten yang menarik dan berkualitas;
2. Seorang *content creator* mampu membranding perusahaan dengan gaya dan ciri khasnya dalam bentuk strategi kreatif melalui karya yang dibuatnya;
3. *Content creator* sangat membantu dalam menciptakan konten sesuai dengan kebutuhan pelanggan, Melalui konten yang dibuat, perusahaan dapat dipercaya oleh pelanggan.
4. *Content creator* dapat memudahkan dalam melakukan proses target pasar. Jadi mudah mencapai tujuan pemasaran karena pembuatan konten sesuai dengan perencanaan yang tepat.
5. Membantu konten yang dibuat perusahaan akan lebih mudah dikenal dan ditemukan.

¹⁶ Putu Karin Pradnya Larasati, et.al. “Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital”, *Seminar Nasional Desain*, Vol. 1, 2021, hal. 7.

Tentunya ada banyak strategi pemasaran atau promosi yang digunakan dalam periklanan, salah satunya adalah *endorsement / review* dari *content creator*. *Endorse* yakni berasal dari kata *endorsement* yang artinya adalah sebuah tindakan mendukung (*support*) atau setuju terhadap sesuatu. *Endorsement* yang dilakukan dari *content creator* dapat menarik minat pengikut mereka untuk membeli suatu produk (*brand*) yang di promosikan oleh si *content creator* yang berasal dari *online shop*. Hal ini salah satu bentuk promosi yang dilakukan online shop untuk menggaet konsumen baru melalui media sosial tiktok.

Walaupun demikian pada satu sisi terdapat permasalahan dalam hak cipta hasil video yang ditampilkan. Satu sisi video yang dihasilkan diupload pada akun tiktok *content creator*, namun pada sisi lainnya ada hak ekonomi dari *Brand* yang telah membayar sejumlah uang sesuai kesepakatan kepada *content creator*. Salah satu masalahnya seperti *content creator* yang memakai video untuk penggunaannya dengan mengesampingkan *brand* pada video lainnya. Ataupun sejauhmana *brand* dapat mempergunakan video promosi tersebut.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan penulis, belum ada tugas akhir yang memiliki aspek pembahasan yang sama terkait dengan penerapan doktrin penggunaan yang wajar (*fair use*) atas ciptaan audiovisual milik *content creator*. Walaupun demikian terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sebelumnya membahas kaitan hak cipta dalam media sosial, yaitu:

1. Tesis oleh Lidwina Larasati Himawan yang berjudul “Pelindungan Hak Cipta Terhadap Pembuat Video Pada Aplikasi TikTok Yang Disebarluaskan”.

Dalam penelitian ini menganalisis serta mengkaji batasan atau kriteria penyebarluasan pada video TikTok agar tidak melanggar hak cipta. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji perlindungan hukum secara preventif dan represif bagi pembuat konten video pada aplikasi TikTok. Hasil penelitian menunjukkan perlindungan hukum secara preventif dan juga represif bagi pembuat video pada aplikasi TikTok. Pelindungan secara preventif sendiri diwujudkan dalam Undang- Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sedangkan pelindungan secara represif sendiri dapat diwujudkan jika terjadi aduan dari pencipta atas penyalahgunaan ciptaannya, tetapi jika tidak terjadi aduan maka pelindungan hukum secara preventif ini tidak dapat berjalan.¹⁷

2. Tesis oleh Nabhila Nasution yang berjudul “Analisis Hukum Pelanggaran Hak Cipta Pengguna Aplikasi TikTok ditinjau Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta”. Permasalahan dalam penelitian ini adalah menganalisis identifikasi pelanggaran hak cipta oleh pengguna aplikasi TikTok, perlindungan hukum terhadap Pencipta/Pemegang Hak Cipta dalam hal lagu ciptaannya digunakan pada aplikasi TikTok tanpa persetujuan menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan pertanggungjawaban hukum pengguna aplikasi TikTok atas lagu yang memiliki hak cipta yang digunakan dalam aplikasi TikTok tanpa persetujuan Pencipta/Pemegang hak cipta menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Hasil Penelitian menunjukkan Identifikasi

¹⁷ Lidwina Larasati Himawan, “Pelindungan Hak Cipta Terhadap Pembuat Video Pada Aplikasi TikTok Yang Disebarluaskan”, *Tesis*, Yogyakarta: Program Magister Ilmu Hukum UGM, 2023, hal. 74.

pelanggaran Hak Cipta oleh Pengguna aplikasi TikTok Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yaitu melanggar hak moral dan hak ekonomi. Hak moral yang dilanggar adalah apabila Pengguna aplikasi TikTok tidak mencantumkan nama Pencipta sehubungan dengan pemakaiannya untuk umum diatur di dalam Pasal 5 ayat (1).¹⁸

3. Tesis oleh Damayanti Athiah Wardana yang berjudul “Tinjauan hukum atas pelanggaran hak cipta di platform media sosial dalam kaitannya dengan perlindungan hak cipta (Studi Kasus: Instagram)”, hasil penelitian menunjukkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada, baik platform media sosial seperti Instagram juga pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melakukan pencegahan juga penindaklanjutan atas pelanggaran Hak Cipta di Internet. Namun, terdapat ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang tidak sepenuhnya melindungi Hak Cipta dari pelanggaran Hak Cipta di Internet, khususnya dalam situs media sosial seperti Instagram.¹⁹

Dari uraian penelitian di atas, terdapat sekurang-kurangnya 2 (dua) perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan Penulis, yaitu:

¹⁸ Nabhila Nasution, “Analisis Hukum Pelanggaran Hak Cipta Pengguna Aplikasi TikTok ditinjau Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta”, *Tesis*, Medan: Magister Kenotariatan USU, 2021, hal. 63.

¹⁹ Damayanti Athiah Wardana, “Tinjauan hukum atas pelanggaran hak cipta di platform media sosial dalam kaitannya dengan perlindungan hak cipta (Studi Kasus: Instagram)”, *Tesis*, Jakarta: Magister Ilmu Hukum UI, 2021, hal. 49.

1. Penelitian ini tidak hanya sebatas mengenai hak cipta atas penyebarluasan pada video TikTok dari video lagu/music milik orang, namun juga terkait perjanjian Kerjasama antara *content creator* dan *Brand* selaku pemberi kerja;
2. Penelitian ini juga melihat penerapan doktrin penggunaan yang wajar (*fair use*) atas ciptaan audiovisual milik *content creator* dengan secara khusus mengambil studi kasus pada Tiktok

Terhadap permasalahan di atas, maka Penulis membahas lebih lanjut dalam penelitian dengan judul **“PENERAPAN DOKTRIN PENGGUNAAN YANG WAJAR (FAIR USE) ATAS CIPTAAN AUDIOVISUAL MILIK CONTENT CREATOR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat gambaran umum yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah ingin penulis teliti adalah:

1. Bagaimana penerapan doktrin penggunaan yang wajar (*fair use*) atas ciptaan audiovisual milik *content creator*?
2. Bagaimana Perlindungan hukum terhadap *content creator* atas pemakaian secara tanpa hak pada Ciptaan Audiovisual oleh Pemberi Kerja (*Brand*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk melakukan penemuan hukum terkait penerapan doktrin penggunaan yang wajar (*fair use*) atas ciptaan audiovisual milik *content creator*.
2. Untuk memberikan proses penyelesaian permasalahan Hukum dalam Perlindungan hukum terhadap *content creator* atas pemakaian secara tanpa hak pada Ciptaan Audiovisual oleh Pemberi Kerja (*Brand*)

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat yang diharapkan bermanfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dan kontribusi terhadap perkembangan ilmu hukum khususnya di bidang Hak Kekayaan Intelektual

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan juga wawasan khususnya bagi *content creator* dan *brand* kemudian bagi masyarakat mengenai pentingnya hak cipta dari suatu karya serta upaya hukum yang dapat dilakukan oleh *content creator* atas pelanggaran hak cipta yang didapatinya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menjawab permasalahan dalam penelitian, maka penulisan tesis ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan mengenai Landasan Teori, yang terdiri dari Teori Perlindungan Hukum, dan Teori Keadilan Hukum. Sementara Landasan Konseptual terdiri dari uraian tentang Hak Cipta, Ciptaan, Aspek Dasar Doktrin Penggunaan yang Wajar (Fair Use) dan Youtube.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan memuat tentang metode penelitian yang digunakan, yang terdiri dari Jenis Penelitian, Jenis Pendekatan, Sumber Bahan Hukum, Metode Pengumpulan Bahan Hukum, dan Teknik Analisis Bahan Hukum.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan dan menjawab permasalahan yang disusun terkait kepemilikan Video Kerjasama *content creator* dengan Brand dalam hukum hak cipta di Indonesia dan Perlindungan para pihak baik *content creator* maupun Brand dalam hak cipta atas Video Kerjasama tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan tesis ini. Dalam bab ini akan diuraikan suatu kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang ada pada bab-bab terdahulu, serta saran yang merupakan rekomendasi dari penulis kepada ilmu pengetahuan dalam bidang hukum bisnis.

