



ISSN Print : 2086-809x
ISSN Online: 2655-8610

Alamat Redaksi: Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, Jalan Sriwijaya Negara, Palembang, 30139, Indonesia.
Tel/Fax : +62 711 580063/581179.
Email: repertorium.mkn@gmail.com
Website: <http://journal.fh.unsri.ac.id/index.php/repertorium>

PENERAPAN MONETISASI DAN KOMERSIALISASI HAK EKONOMI DALAM KLAIM HAK CIPTA PADA PLATFORM YOUTUBE

Kadek Julia Mahadewi^a, I Putu Edi Rusmana^a, Dewa Krisn Prasada^a, Bagus Gede Ari Rama^a, Anak Agung Sagung Mirah Pratiwi^a

^a *Fakultas Hukum Universitas Pendidikan Nasional, Email: juliamahadewi@undikas.ac.id*

Naskah diterima: 30 Mei 2025 revisi: 6 Oktober; disetujui: 23 Desember 2025

DOI: 10.28946/rpt.v14i2.4938

Abstrak:

Penelitian ini mengkaji secara komprehensif keberadaan perlindungan kekayaan intelektual dalam hukum hak cipta, khususnya terkait pengaturan dalam Pasal 9 Undang-Undang Hak Cipta (UUHC) dan penerapannya pada platform digital YouTube. Fokus utama diarahkan pada posisi kreator sebagai pemegang hak eksklusif atas ciptaan, serta mekanisme sistem Content ID dalam proses identifikasi, klaim, dan perolehan monetisasi atas konten yang diunggah. Dalam praktiknya, implementasi perlindungan hak cipta dan skema monetisasi di platform digital menghadapi berbagai tantangan, antara lain sengketa klaim hak cipta, misuse atau penyalahgunaan klaim oleh pihak tertentu, asimetri informasi antara platform dan kreator, serta keterbatasan regulasi positif yang secara spesifik mengatur model perlindungan dan komersialisasi konten digital. Permasalahan pokok dalam jurnal ini adalah bagaimana penerapan monetisasi dan komersialisasi dalam klaim hak cipta pada platform YouTube serta sejauh mana perlindungan yang diberikan kepada konten kreator dan masyarakat pengguna. Tujuan penulisan jurnal ini adalah agar masyarakat dan konten kreator memahami hak dan kewajiban mereka terkait perlindungan hak cipta di ruang digital. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan pendekatan perundang-undangan. Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder yang dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan monetisasi di YouTube masih menghadapi banyak tantangan, sehingga peran pemerintah dan pembuat kebijakan sangat diperlukan dalam merumuskan pengaturan dan pengawasan yang lebih jelas, tegas, dan adaptif terhadap perkembangan platform digital.

Kata Kunci: Hak Ekonomi; Monetisasi; Youtoube

Abstract:

This article examines the protection of intellectual property rights in copyright law, particularly in relation to the application of Article 9 of the Copyright Law and its relevance to the YouTube platform. The discussion focuses on the position of content creators in the Content ID system, especially regarding the process of identifying works, asserting copyright claims, and obtaining monetization on digital platforms. In practice, the implementation of copyright protection, monetization, and commercialization on YouTube encounters significant challenges, including overlapping claims, good-faith disputes between creators and third parties, as well as limited public understanding of copyright norms in the digital environment. The main research question in this journal is how monetization and commercialization are applied in copyright claims on the YouTube platform and to what extent these mechanisms provide legal certainty and protection for creators. The purpose of this journal is to enable

the public and content creators to better understand copyright protection and its legal consequences in the context of digital platforms. The research adopts an empirical legal method with a statutory approach. The data sources consist of primary and secondary data, which are analyzed qualitatively. The findings show that the implementation of monetization on YouTube still faces various obstacles, so the active role of the government is required in formulating clearer, more consistent, and adaptive regulations and in strengthening supervision of copyright enforcement in the digital ecosystem.

Keywords: Economic Right;Monotization;YouTube

LATAR BELAKANG

Keberadaan Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) adalah hak yang melindungi hasil karya intelektual yang diciptakan oleh manusia. HKI berasal dari kemampuan berpikir manusia yang menghasilkan berbagai bentuk karya yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi tetapi juga bermanfaat dalam menunjang kehidupan manusia. Menurut Ilmu HKI, kemampuan dan konsep intelektual manusia harus direalisasikan dan dikomunikasikan melalui karya atau hasil yang dapat diamati, didengar, dibaca, dan berguna dalam situasi dunia nyata. Contoh kapasitas intelektual manusia termasuk penemuan di bidang teknologi, pengetahuan, ilmu, karya kreatif, sastra dan cipta seni.¹

Sifat HKI ini adalah hak kebendaan, yaitu hak atas sesuatu yang berasal dari hasil kerja otak atau rasio yang dirumuskan sebagai intelektualitas. Perkembangan teknologi digital dan internet telah mengubah cara distribusi dan konsumsi karya cipta, khususnya melalui platform berbagi video seperti YouTube. YouTube menjadi salah satu media utama bagi para kreator konten untuk menampilkan karya mereka sekaligus sebagai sumber penghasilan melalui monetisasi. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan terkait perlindungan hak cipta, khususnya hak ekonomi yang melekat pada karya tersebut

Di Indonesia sendiri, hak cipta telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disingkat UUHC). Hak cipta memberikan hak eksklusif kepada pencipta atau pemegang hak untuk mempublikasikan, memperbanyak, atau memberikan izin atas penggunaan karyanya, dengan tetap memperhatikan batasan-batasan yang ditetapkan di dalam UUHC.² Berdasarkan pasal 1 angka 1 UUHC menyatakan bahwa “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”.

Salah satu bagian dari kekayaan intelektual yaitu hak cipta memiliki cakupan yang luas karena, menurut Pasal 1 angka 3 UUHC, Hak Cipta terdiri dari karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Oleh karena itu, pelanggaran terhadap Hak Cipta sangatlah luas.³ Agar mendapat pemenuhan hak cipta perlunya kriteria yang dipergunakan, pertama, adanya bentuk nyata yang dipergunakan berupa benda CD, Audio, dan Videotape,kedua adanya kreatifitas ini dilihat adanya kemunculan dalam karya berbentuk seni, dan ketiga harus berisfat original artinya karya tersebut baru sehingga dapat ditujukan.Pada era globalisasi saat ini, pendidikan nilai dan karakter memainkan peran penting dalam menjaga keseimbangan antara kemajuan teknologi dan pertumbuhan manusia di tengah perkembangan zaman saat ini.⁴ Semua orang sekarang dapat membuat dan menyebarkan karya mereka melalui

¹ Kadek Julia et al., “Perlindungan Hukum Motif Tradisional Perak Bali Dalam Kerangka Hak Cipta,” 2022, 36–45.

² Kadek Julia Mahadewi, ‘Budaya Hukum Dalam Keberlakuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Pada Pengrajin Perak Di Bali’ (2015) 4(2) *Jurnal Magister Hukum Udayana*.

³ Anak Agung Gede Mahardhika Geriya, “Pelanggaran Dan Kebijakan Perlindungan Hak Cipta Di Youtube,” *Jurnal Living Law* 13, no. 2 (2021): 100–110.

⁴ Aiman Faiz and Imas Kurniawaty, “Urgensi Pendidikan Nilai Di Era Globalisasi,” *Jurnal Basicedu* 6, no. 1 (2022): 64–70, <https://doi.org/10.37598/pjpp.v7i1.597>.

platform media sosial, situs berbagi video, dan berbagai sumber *online* lainnya. Karena kemudahan ini, produksi konten kreatif telah melonjak di berbagai *platform* digital. Sangat mudah untuk membuat dan membagikan berbagai jenis konten, termasuk tulisan, musik, video, dan desain grafis. Sayangnya, pelanggaran hak cipta meningkat di tengah banyaknya konten kreatif. Di antara berbagai bentuk pelanggaran hak cipta adalah penjiplakan, pembajakan, dan distribusi tanpa izin. *content creator* dapat mengalami kerugian finansial dan kehilangan kepercayaan diri mereka, seperti *content creator* di *YouTube*.

Hak cipta pada konten *YouTube* merupakan hak milik dan hak privat bagi seorang *content creator* sebagai pemegang hak cipta. Hak cipta ini berasal dari ide-ide kreatif dan inovatif yang dihasilkan oleh *content creator* sebagai pencipta dan secara sengaja diwujudkan dalam bentuk yang nyata. Hak cipta akan didapatkan dari sebuah karya cipta yang dihasilkan melalui ide ataupun gagasan seseorang yang memiliki karakteristik khas dan karya cipta tersebut haruslah oriinal.⁵

Dengan ada banyaknya pengguna di *platform YouTube*, maka tidak banyak orang yang menyadari fakta bahwa sebagian besar video atau karya lainnya yang diposting di *platform* tersebut dilindungi oleh hak cipta, sehingga seringkali terjadi beberapa orang yang mengambil video tanpa se izin si pemilik hak cipta. Hal ini sudah melanggar Pasal 9 ayat (3) dalam UUHC yang menyatakan bahwa “Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.

Salah satu topik yang menarik dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah mengenai klaim hak cipta atas konten video yang diunggah oleh para kreator di *platform YouTube* karena semakin banyak *youtuber* yang menghadapi masalah terkait penggunaan materi berhak cipta dalam video mereka, yang mana tidak menghasilkan manfaat ekonomi dari video atau potongan klip milik orang lain, tetapi dapat dihapus atau dibisukan videonya oleh pemegang hak cipta. Pelanggaran hak cipta yang sering terjadi melibatkan berbagai jenis konten digital, seperti musik, film atau drama, cuplikan video pendek, dan berbagai bentuk karya digital lainnya.⁶

Berdasarkan Pasal 1 angka 23 UUHC, menjelaskan bahwa “Pembajakan adalah penggandaan penciptaan dan/atau Produk hak terkait secara tidak sah dan pendistribusian barang hasil penggandaan dimaksud secara luas untuk memperoleh keuntungan ekonomi”. Menurut kebijakan yang diterapkan oleh *YouTube*, *platform* tersebut tidak memiliki peran dalam menentukan kepemilikan hak cipta atas konten yang diunggah penggunanya. Namun, *YouTube* memiliki prosedur untuk menghapus konten apabila pemilik hak cipta atau pihak yang mengklaim memiliki hak atas konten tersebut mengajukan permintaan atau melaporkan pelanggaran. Dalam hal ini, *YouTube* akan mempertimbangkan laporan tersebut dan dapat memutuskan untuk menghapus video jika dianggap melanggar hak cipta atau melibatkan aktivitas pembajakan. Kebijakan ini memberikan pemilik hak cipta wewenang untuk melindungi karya mereka melalui mekanisme pelaporan yang disediakan *platform*.⁷

Di dalam Pasal 9 ayat (2) UUHC yang menyatakan bahwa “Setiap Orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.” Dalam penggunaan konten video seperti lagu atau sebagian potongan klip video milik orang lain, *Youtuber* yang belum memenuhi syarat untuk memonetisasi akun *YouTube* nya, yang artinya akun *Youtuber* tersebut tidak mendapatkan

⁵ Muh Jufri Ahmad Aura Mayshinta, ‘Perlindungan Terhadap Kreditur Pemegang Jaminan Fidusia Atas Hak Cipta Konten Youtube’ (2023) 3(1) *Breacuracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance* 51

<<http://bureaucracy.gapenas-publisher.org/index.php/home/article/view/164>>.

⁶ Sinurat Tedy, Abdul Atsar, and Grasia Kurniati, “Perlindungan Hukum Atas Pelanggaran Pembajakan Hak Cipta Video Di Situs Youtube” 9, no. 2 (2020): 331–50.

⁷ Tedy, Atsar, and Kurniati.

manfaat ekonomi dari video yang diunggah, maka tidak perlu mendapatkan izin dari pencipta atau pemegang hak cipta untuk mengunggah konten videonya.⁸ Untuk mengatasi permasalahan tersebut, *YouTube* meluncurkan sistem *Content ID*. Sistem ini dirancang untuk membantu pemilik hak cipta mengidentifikasi dan mengelola penggunaan konten mereka di *platform*.

Content ID adalah sistem sidik jari yang memungkinkan pemilik hak cipta mendaftarkan konten mereka ke *YouTube*, untuk melacak dan mengklaim hak cipta atas video yang merupakan milik hak cipta. *Content ID* menggunakan teknologi pengenalan audio dan video untuk membandingkan konten yang diunggah dengan *database* materi yang dilindungi hak cipta. Jika ada kesamaan, sistem dapat mengidentifikasi video tersebut dan memberikan notifikasi kepada pemilik hak cipta.

Namun, sistem ini juga menimbulkan sejumlah permasalahan bagi kreator, yakni adanya penerimaan klaim hak cipta yang tidak berdasar, yang dapat menyebabkan pemblokiran video atau monetisasi yang terhambat. Untuk bekerja, *Content ID* membutuhkan *database* besar yang mencakup berbagai jenis materi, termasuk musik, film, dan video lainnya. Pemilik hak cipta mendaftarkan karya mereka dalam *database* ini agar dapat dikenali oleh sistem. Salah satu masalah utama dalam klaim hak cipta ini terjadi ketika sistem salah mendeteksi konten sebagai pelanggaran hak cipta atau ketika pemilik hak cipta yang sah membuat klaim terhadap materi yang tidak melanggar. Hal ini sering mengakibatkan konten diblokir atau monetisasi dialihkan tanpa dasar yang jelas. Kreator yang merasa klaim hak cipta tidak adil dapat mengajukan banding. Proses ini melibatkan tinjauan manual oleh *YouTube*, yang dapat memakan waktu dan mempengaruhi jangkauan video. Dalam beberapa kasus, pemilik hak cipta mungkin menolak banding, yang dapat memicu perdebatan lebih lanjut.

Contoh kasus yang sudah terjadi, seperti yang ditunjukkan pada *channel YouTube* Ogoh-Ogoh Denpasar. Pada awalnya, pemilik hak cipta yakni Ogoh-Ogoh Denpasar sudah mengunggah video ke *channel YouTube* nya. Setelah itu, di unggah kembali oleh kreator lain dengan video yang sama persis dengan Ogoh-Ogoh Denpasar, namun dengan *background* yang berbeda. Sistem *Content ID* telah mendeteksi adanya pelanggaran hak cipta bahkan dengan kemiripan 100%. Pihak Ogoh-Ogoh Denpasar juga pernah mendapatkan pemberitahuan jika monetisasinya dibatalkan atau dihapuskan oleh *platform YouTube* tanpa ada alasan yang pasti sehingga *channel* nya tidak mendapatkan keuntungan.

Monetisasi di *YouTube* dilakukan melalui program seperti *YouTube Partner Program* (YPP) yang memungkinkan kreator mendapatkan penghasilan dari iklan yang ditayangkan pada video mereka. Selain itu, pemilik hak cipta juga dapat memonetisasi video yang menggunakan karya mereka meskipun diunggah oleh pihak lain, sehingga hak ekonomi mereka tetap terjaga. Tantangan dalam Perlindungan Hak Ekonomi Meskipun sistem *Content ID* efektif, masih terdapat tantangan seperti pengunggahan ulang video tanpa watermark atau atribusi yang jelas, yang dapat merugikan pemilik hak ekonomi. Hal ini menyebabkan hilangnya kontrol atas karya dan potensi pendapatan yang seharusnya diterima oleh kreator. Reupload video tanpa izin dan tanpa watermark dapat menghilangkan atribusi pencipta, sehingga mengurangi pengakuan dan pendapatan kreator. Praktik ini juga mempersulit pemilik hak untuk menegakkan klaim hak cipta dan mengontrol distribusi karya mereka di platform digital.

YouTube berperan aktif dalam menjaga hak ekonomi kreator melalui kebijakan hak cipta yang ketat dan fitur *Content ID*. Platform ini juga menyediakan mekanisme bagi pemilik hak untuk mengajukan klaim dan memilih tindakan yang sesuai, seperti monetisasi atau pemblokiran video yang melanggar. Komersialisasi hak cipta di *YouTube* tidak hanya terbatas pada iklan, tetapi juga meliputi berbagai bentuk pendapatan seperti sponsorship, merchandise,

⁸ Mardiyana Putri Lestari, Lalu Wira Pria Suhartana, and Nizia Kusuma Wardani, "Analisis Klaim Hak Cipta Terhadap Konten Video Pada Platform Youtube Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia," *Commerce Law* 3, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3238>.

dan fitur langganan. Hal ini membuka peluang baru bagi kreator untuk mengoptimalkan hak ekonomi mereka secara lebih. Berdasarkan pemaparan di atas Penulis tertarik mengangkat judul Penerapan Monetisasi dan Komersialisasi Hak Ekonomi dalam Klaim Hak Cipta pada Platform Youtoube.

METODE

Pada Penulisaan Jurnal ini menggunakan metode penulisan Empiris dimana ada kesenjangan antara *das sollen* dan *das seins* yang terjadi. Adanya ketentuan Pasal 9 ayat 1 UUHC. Pendekatan yang dilakukan menggunakan pendekatan perundang-undangan dimana keberadaan aturan perundang-undang terkait Hak Cipta digunakan untuk dapat menjawab permasalahan, Sumber data menggunakan dua yaitu sumber Data primer yaitu diperoleh melalui wawancara dengan narasumber dan data sekunder melalui buku, jurnal dan artikel terkait monetisasi, Analisa pada penulisan ini menggunakan deskriptif pemaparannya berdasarkan deksripsi permasalahan.

ANALISIS DAN DISKUSI

Penerapan Monetisasi Dalam Klaim Hak Cipta Pada Platform Youtoube

Kekayaan intelektual (KI) merupakan kekayaan yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia. Karya-karya yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia dapat berupa karya-karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Karya-karya tersebut dilahirkan atau dihasilkan atas kemampuan intelektual manusia melalui curahan waktu, tenaga, pikiran, daya cipta, rasa dan karsanya. Hal tersebut yang membedakan kekayaan intelektual dengan jenis kekayaan lain yang juga dapat dimiliki oleh manusia tetapi tidak dihasilkan oleh intelektualitas manusia.⁹

Hak kekayaan intelektual adalah hak yang berasal dari hasil pemikiran manusia dan berujung pada produk atau proses yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. HKI adalah hak atas kekayaan berwujud yang dihasilkan dari kecerdasan manusia, seperti karya dan inovasi. Orang-orang di seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses perkembangan yang terjadi di negara lain, yang menyebar dengan cepat. Keadaan tersebut berkorelasi langsung dengan tumbuhnya Hak Kekayaan Intelektual.¹⁰

Kekayaan intelektual dibagi menjadi 2 bagian, yaitu hak cipta (*copyright*) yang di dalamnya terkandung hak terkait, dan yang kedua tentang hak atas kekayaan industri (*Industrial property rights*). Hak kekayaan industri terbagi atas merek (*trademark*), paten (*patent*), rahasia dagang (*trade secret*), desain industri (*industrial design*), desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuit*), penanggulangan praktik persaingan curang (*repression of unfair competition*).¹¹

Hak cipta merupakan hak istimewa yang dimiliki oleh seorang pencipta atau pihak yang menerima hak tersebut untuk menyebarluaskan atau memperbanyak hasil karyanya, serta memberikan izin kepada pihak lain untuk melakukan hal serupa. Di Indonesia, hak cipta diatur dan dilindungi melalui UUHC, yang berfungsi sebagai dasar hukum untuk memastikan setiap karya yang dihasilkan mendapat perlindungan yang sesuai. Undang-undang ini tidak hanya mengatur hak pencipta dalam mengontrol penggunaan karyanya, tetapi juga menetapkan

⁹ Yuli Prasetyo Adhi, Dewi Sulistianingsih, and Rini Fidiyani, "Pengelolaan Kekayaan Intelektual Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penguatan Budaya Literasi, Kreativitas, Dan Inovasi," *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia* 04, no. 1 (2021): 18–30.

¹⁰ Ismail Koto et al., "Perlindungan Hukum Atas Kekayaan Intelektual Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Juridis* 10, no. 2 (2023): 66–73, <https://doi.org/10.35586/jjur.v10i2.7142>.

¹¹ Riandhani Septian Chandrika and Raymond Edo Dewanta, "Kajian Kritis Konsep Pembajakan Di Bidang Hak Cipta Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam," *Rechtidee* 14, no. 1 (2019): 127–49, <https://doi.org/10.21107/ri.v14i1.5476>.

prosedur untuk melindungi karya tersebut dari penyalahgunaan atau pelanggaran oleh pihak lain.¹²

Hak cipta lahir dan muncul dari pemikiran manusia dalam bidang ilmu pengetahuan, kesenian, dan sastra. Hak cipta muncul secara otomatis ketika suatu ciptaan tersebut lahir. Hak cipta adalah hak perdata yang ada pada diri si pencipta. Hak cipta merupakan hak privat. dikarenakan suatu ciptaan dilahirkan oleh kreasi pencipta. Kreasi yang timbul dari adanya olah pikiran dan kreativitas dari sang pencipta. Hak cipta haruslah lahir dari suatu kreativitas manusia bukan yang telah ada di luar aktivitas atau di luar hasil kreativitas manusia.¹³

Hak cipta pada *YouTube* adalah hak privat dan hak milik bagi seorang *content creator* selaku pemegang hak. Lahirnya hak cipta konten *YouTube* karena dilatarbelakangi oleh kreasi dan inovasi yang ditimbulkan dari pemikiran seorang *content creator* selaku pencipta, dan secara sengaja karya cipta tersebut diwujudkan ke dalam bentuk yang konkret. “Hak cipta hanya akan diberikan untuk karya cipta yang dihasilkan dari sebuah ide ataupun gagasan seseorang yang memiliki karakteristik khas dengan menonjolkan originalitasnya sebagai suatu karya cipta”¹⁴. Oleh karena itu pada Pasal 1 angka 1 UUHC, mengartikan “hak cipta sebagai hak eksklusif yang tumbuh secara langsung kepada seorang pencipta berlandaskan unsurdeklaratif sesudah karya cipta dilahirkan dalam bentuk konkrit tanpa ada pengurangan terhadap pembatasan berdasarkan ketentuan yang berlaku”.

Berdasarkan pemahaman mengenai hak cipta, dapat disimpulkan bahwa hak cipta di *platform YouTube* melibatkan serangkaian mekanisme perlindungan yang dirancang untuk menjaga keaslian dan hak kepemilikan dari konten yang dibuat oleh para kreator. Mekanisme ini berfungsi sebagai pelindung hukum bagi konten yang diunggah dalam bentuk video, di mana konten tersebut dapat dinikmati oleh publik secara visual dan audio, serta dapat didistribusikan pada *platform* secara luas. Perlindungan hak cipta pada *YouTube* memastikan bahwa hanya pemilik sah dari konten yang dapat mengontrol cara distribusi dan pemanfaatan karyanya, sehingga dapat mencegah penggunaan yang tidak sah atau penyalahgunaan. Dengan mekanisme ini, hak cipta pada konten video *YouTube* bukan hanya melindungi hak pencipta dalam aspek kepemilikan kreatif, tetapi juga menjaga integritas karya dengan memberikan batasan kepada pihak lain untuk tidak memanfaatkan video tersebut tanpa izin dari pemilik aslinya¹⁵. Pelanggaran terhadap “Hak Cipta” bisa dibagi menjadi dua jenis, “yaitu pertama *Plagiarism* yang merupakan pelanggaran dengan mengambil sebagian dari ciptaan orang lain dan dimasukkan ke dalam ciptaan sendiri seolah-olah ciptaan sendiri atau mengakui ciptaan orang lain, dan menjadikannya seolah-olah ciptaan sendiri. Kedua yaitu pelanggaran dengan mengambil, memperbanyak dan mendistribusikan ciptaan orang lain sebagaimana aslinya tanpa mengubah bentuk isi, pencipta dan penerbit.”¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 10 oktober 2024 dengan Kepala subbidang Kekayaan Intelektual Ida Bagus Danu Krisnawan, menyatakan bahwa jenis pelanggaran hak cipta yang sering terjadi yakni berkaitan dengan hak siar contohnya pada saat liga inggris. Kasus terbaru yang terjadi saat ini berada dikawasan wisata Kuta, Canggu, dan Seminyak, di mana ditemukan enam titik yang melakukan pelanggaran hak siar. Kasus ini terjadi karena para pemilik tempat menayangkan pertandingan sepak bola tanpa memiliki izin resmi atau lisensi

¹² Chandrika and Dewanta.

¹³ Khwarizmi Maulana Simatupang, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta Dalam Ranah Digital,” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, no. 1 (2021): 67, <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.v15.67-80>.

¹⁴ Angelina Putri Suhartini and Dewa Gde Rudy, “Hak Cipta Sebagai Agunan Kredit Bank,” *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)* 10, no. 1 (2021): 91, <https://doi.org/10.24843/jmhu.2021.v10.i01.p08>.

¹⁵ Putri Suhartini and Rudy.

¹⁶ Geriya, Anak Agung Gede Mahardhika, ‘Pelanggaran Dan Kebijakan Perlindungan Hak Cipta Di Youtube’ (2021) 13(2) *Jurnal Living Law* 100 <<https://doi.org/10.14710/gk.5.1.1-15>>

hak siar. Ketika hak siar tersebut dilanggar, maka penyedia layanan yang memegang lisensi mengalami kerugian secara finansial, selain mengalami pelanggaran hukum. Saat ini, pelapor dan terlapor tengah menjalani proses mediasi untuk mencari penyelesaian yang baik bagi kedua belah pihak.

Konten video *YouTube* adalah salah satu contoh karya berhak cipta yang muncul seiring dengan sektor kreatif dan kemajuan teknologi. *Platform* jejaring sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia adalah *YouTube*. *YouTube* menawarkan berbagai macam video, termasuk komedi, video pendidikan, video musik, *streaming langsung*, acara televisi dan film bajakan, video tentang agama dan pengetahuan, dan video yang tidak jelas kebenarannya.

Kesulitan hukum modern, terutama yang berkaitan dengan pelanggaran hak cipta, seperti pembajakan konten video, penyiaran ulang tanpa persetujuan pencipta, dan plagiarisme oleh individu lokal dan internasional, juga terkait erat dengan ciptaan ini. Menurut UUHC, yang menguraikan hak-hak eksklusif pencipta, sangat penting untuk mempertahankan hak-hak pencipta sehubungan dengan produksinya. Hak eksklusif mencakup hak ekonomi dan moral, menurut Pasal 4 UUHC. Hak moral, seperti hak untuk melarang perubahan pada ciptaan, tidak dapat dipindah tanggalkan.¹⁷

Karya yang dilindungi hak cipta secara otomatis dilindungi jika karya tersebut konkret, bukan hanya konsep dengan bentuk, dan merupakan produk dari ide pencipta sendiri. Pencipta harus mendaftarkan diri ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual untuk mendapatkan surat pendaftaran, yang berfungsi sebagai bukti perlindungan jika ciptaannya digugat. Setelah meratifikasi UU No. 7 Tahun 1994 dan menandatangani perjanjian Putaran Uruguay pada saat pembentukan WTO, Indonesia mempunyai hak cipta.¹⁸

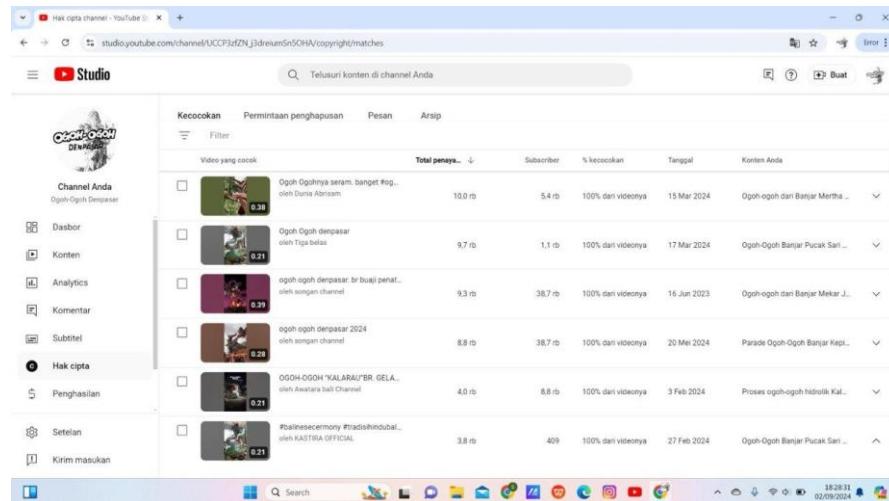
Salah satu *platform* yang memfasilitasi pembuat video atau konten kreator dalam menyalurkan hasil karyanya adalah *platform YouTube*. Akan tetapi berkembangnya suatu teknologi membuat para pihak menyalahgunakan teknologi untuk kepentingan pribadinya, seperti melakukan pembajakan video di *YouTube*¹⁹. Hal tersebut memberikan kesan bahwa masyarakat tidak menghargai hasil karya cipta orang lain dan memberikan dampak kurang serius bagi pemerintah Indonesia dalam masalah hak cipta.²⁰

¹⁷ Ayu Indirakirana and Ni Ketut Millenia Krisnayanie, “Upaya Perlindungan Hak Cipta Konten Youtube Wna Yang Dijiplak Oleh Wni Dalam Perspektif Bern Convention,” *Ganesha Law Review* 3, no. 2 (2021): 85–96, <https://doi.org/10.23887/glr.v3i2.444>.

¹⁸ Mahadewi, Kadek Julia, ‘Budaya Hukum Dalam Keberlakuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Pada Pengrajin Perak Di Bali’ 205

¹⁹ Made Ari Yudia Krisna and I Made Dedy Priyanto, “Tanggung Jawab Pihak Youtube Terhadap Pelanggaran Video Tanpa Izin Pencipta,” *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 10 (2019): 1–17.

²⁰ Krisna and Priyanto.



Gambar 1. Pelanggaran hak cipta pada platform YouTube. Sumber: Youtube

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 6 oktober 2024 dengan seorang *Content Creator* Ogoh-Ogoh Denpasar A.A. Ngurah Bisma Prasatria mengatakan bahwa *channel* nya sendiri memiliki banyak konten video yang diambil hak ciptanya. Pemilik hak cipta bisa melihat berapa banyak video yang telah diambil, bahkan bisa langsung melaporkan pelanggaran hak cipta tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, jika dikaitkan dengan asas-asas hak cipta menurut Prof. Abdul Gani Abdullah maka sebagai berikut;

1. Asas *Automatically Protection*:

Berdasarkan asas ini, selama konten merupakan hasil kreasi orisinal dan telah diwujudkan, maka karya tersebut secara otomatis dilindungi hak ciptanya. Dalam kasus *channel* Ogoh-Ogoh Denpasar, setiap video yang mereka unggah ke *YouTube* adalah karya yang telah diwujudkan dalam bentuk nyata dan bisa dianggap sebagai objek yang dilindungi. Oleh karena itu, ketika orang lain menggunakan atau mengklaim video tersebut tanpa izin, tindakan tersebut melanggar asas *Automatically Protection*, karena hak cipta akan secara otomatis ada pada kreator begitu karya tersebut sudah dipublikasikan.

2. Asas *National Treatment*:

Dalam kasus ini jika ada pelanggaran yang dilakukan oleh kreator luar Indonesia, maka *channel* Ogoh-Ogoh Denpasar tetap memiliki hak cipta yang seharusnya dilindungi oleh hukum negara tersebut, sehingga bisa menuntut perlindungan hak cipta sesuai prinsip *National Treatment*. Ketika karya dari *channel* Ogoh-Ogoh Denpasar diunggah ulang atau diambil alih tanpa izin oleh pengguna dari negara lain, maka *channel* tersebut bisa melaporkan pelanggaran ke *YouTube* untuk menghindari penggunaan tanpa izin. Asas ini berlaku lintas negara, dan negara lain seharusnya menghormati serta menerapkan perlindungan yang sama bagi konten kreator Indonesia.

Dari kasus tersebut maka telah melanggar pasal 23 UUHC yang menyatakan bahwa “Pembajakan adalah Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak terkait secara tidak sah dan pendistribusian barang hasil penggandaan dimaksud secara luas untuk memperoleh keuntungan ekonomi. *YouTube* sebagai platform penyelenggara sistem elektronik, tentunya memiliki aturan dan kebijakan bagi pengguna dalam memanfaatkan dan mengunggah konten videonya. Kebijakan *YouTube* yang pertama mengenai hak cipta, artinya setiap orang atau setiap *content creator* hanya boleh mengupload video miliknya sendiri. Hal tersebut berarti *content creator* tidak boleh mengupload konten yang bukan miliknya sendiri seperti musik,

video vlog yang didalamnya terdapat cuplikan video atau musik orang lain yang memiliki hak cipta.²¹

Pada video tersebut akan mendapatkan klaim hak cipta apabila konten kreator tersebut tidak mendapatkan izin yang diperlukan. Pada awal tahun 2018 *YouTube* mengeluarkan kebijakan terbaru yang dimana kebijakan tersebut lebih menekankan pada aturan monetisasi dengan tujuan untuk lebih menyaring akun *Spam* dan *Plagiat* yang tidak pantas untuk mendapatkan hasil *adsense*²². Setelah kebijakan tersebut muncul *YouTube* tetap meninjau guna melakukan verifikasi lanjutan secara manual untuk mengetahui apakah konten tersebut layak untuk menerima monetisasi²³.

Adapun mekanisme klaim hak cipta di *YouTube* dilaksanakan berdasarkan sistem yang telah diterapkan oleh *YouTube*, yaitu melalui mekanisme *Content ID*. Mekanisme klaim hak cipta melalui *Content ID* telah sesuai dengan UUHC yang pada dasarnya semua jenis video yang diunggah oleh youtuber itu merupakan konten hak cipta, baik itu video original atau pun video yang di dalamnya terdapat konten hak cipta yang telah didaftarkan.²⁴

Berdasarkan kebijakan *Platform YouTube* itu sendiri, pemilik hak cipta dapat memilih tindakan untuk video yang melanggar hak ciptanya. Jika video atau konten yang dilindungi hak cipta diposting di *YouTube* tanpa izin, maka pemilik hak cipta dapat mengirimkan permintaan penghapusan karena pelanggaran hak cipta untuk meminta agar konten tersebut dihapus.²⁵ Setelah permintaan penghapusan dikirimkan, *YouTube* meninjaunya untuk memastikan permintaan tersebut memiliki informasi yang diperlukan oleh hukum hak cipta yang berlaku dan tidak menunjukkan tanda-tanda penyalahgunaan. Jika permintaan penghapusan tersebut lolos peninjauan, *YouTube* akan menghapus konten yang diduga melanggar untuk mematuhi hukum hak cipta yang berlaku.

Content ID tidak hanya untuk memblokir, melacak, atau memonetisasi (mendapat penghasilan) video musik dan lagu pencipta yang digunakan oleh konten kreator lain, namun juga memberikan informasi kepada kreator lain bahwa musik dan lagu tersebut telah dilisensikan ke *YouTube*. Maksud dari hal itu adalah pencipta dan pemegang hak cipta melakukan kesepakatan dengan *YouTube* agar musik yang diidentifikasi dapat digunakan.²⁶ Adapun syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan monetisasi yakni memiliki minimal 1.000 subscriber, dan mencapai 4.000 jam waktu tonton dalam 12 bulan terakhir. Akun yang sudah mendapatkan monetisasi akan memiliki simbol khusus menyerupai simbol mata uang dollar.

Adapun macam-macam simbol dollar (monetisasi *YouTube*) yakni, yang pertama jika simbol dollar berwarna hijau itu berarti video/konten tersebut sangat aman dari adanya pelanggaran hak cipta dan ramah bagi pengiklan, yang kedua jika simbol dollar berwarna kuning itu berarti iklan pada video/konten tersebut melanggar kebijakan *YouTube* sehingga berdampak pada penayangan iklan yang terbatas.

²¹ Naomy Soegianto, Hendro Saptono, and Agus Sarono, “Tinjauan Yuridis Terhadap Kebijakan Youtube Terbaru Tahun 2019 Dalam Meminimalisir Adanya Plagiarisme Suatu Karya Hak Cipta Berdasarkan Undang Undang Nomor 28 Tahun 2014,” *Diponegoro Law Journal* 10, no. 3 (2021): 583–95.

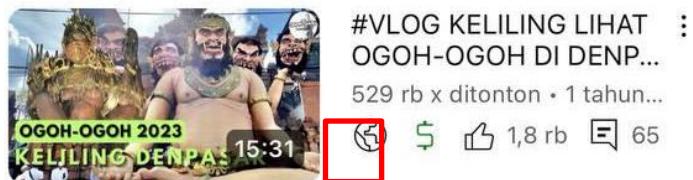
²² Soegianto, Saptono, and Sarono.

²³ Wahyu Eka Budianto and Kanti Rahayu, “Penerapan Aturan Dan Kebijakan Platform Youtube Terkait Unggahan Konten Berhak Cipta” 1, no. 3 (2024).

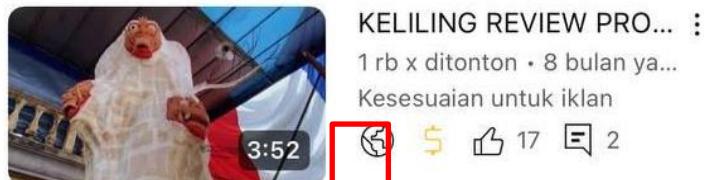
²⁴ Lestari, Mardiyana Putri, Lalu Wira Pria Suhartana and Nizia Kusuma Wardani, ‘Analisis Klaim Hak Cipta Terhadap Konten Video Pada Platform Youtube Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia’ (2023) 3(2) Commerce Law

²⁵ “Mengirim Permintaan Penghapusan Karena Pelanggaran Hak Cipta,” support.google.com, n.d.

²⁶ Lestari, Mardiyana Putri, Lalu Wira Pria Suhartana and Nizia Kusuma Wardani, ‘Analisis Klaim Hak Cipta Terhadap Konten Video Pada Platform Youtube Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia’ (2023) 3(2) Commerce Law



Gambar 2. Simbol Dollar Hijau. Sumber: Youtube



Gambar 3. Simbol Dollar Kuning. Sumber: Youtube

Klaim hak cipta *YouTube* melalui *Content ID* akan muncul apabila Youtuber lain mengunggah video yang dilindungi oleh hak cipta. Youtuber asli dapat menetapkan *Content ID* untuk memblokir konten dari *YouTube* saat klaim dibuat. Youtuber asli juga dapat mengizinkan agar video tetap ada di *YouTube* dengan iklan. Pada saat Youtuber asli mengizinkan video tayang dengan iklan maka pendapatan iklan akan diberikan kepada Youtuber asli atas video yang diklaim. Surat pendaftaran ciptaan Direktorat Jenderal HKI dan klaim *Content ID* sama persis. Satu-satunya perbedaan adalah bahwa *Content ID* yang dari *YouTube*, berfungsi sebagai bukti pendaftaran hak cipta. Surat pendaftaran ciptaan, di sisi lain, berfungsi sebagai bukti kepemilikan karya yang sah dan dapat diajukan di pengadilan.

Jika YouTuber asli menolak sengketa maka, YouTuber lain yang menerima klaim juga dapat mengajukan banding. Adapun batasan yang dapat memengaruhi banding, seperti usia akun *YouTube* dan verifikasi akun jika belum dikonfirmasi. YouTuber asli memiliki waktu 30 hari untuk membela setelah mengajukan banding atas penolakan yang tidak disetujui.²⁷

YouTube tidak memiliki kewenangan untuk menentukan siapa pemilik sah dari sebuah hak cipta. *Platform* ini hanya dapat bertindak berdasarkan pemberitahuan penghapusan konten yang diajukan secara lengkap dan valid sesuai ketentuan yang berlaku. Ketika *YouTube* menerima permintaan penghapusan konten yang sah, mereka akan menindaklanjutinya dengan menghapus konten tersebut, sesuai ketentuan hukum yang ada. Sebelum penghapusan dilakukan, *YouTube* terlebih dahulu menginformasikan permintaan tersebut kepada pihak yang mengajukan penghapusan dan memberi tahu pemilik konten terkait. Selanjutnya, *YouTube* menyerahkan permasalahan tersebut kepada kedua belah pihak untuk ditindaklanjuti sesuai dengan prosedur hukum terkait pelanggaran hak cipta.²⁸

Setelah permintaan penghapusan dikirimkan, *YouTube* meninjaunya untuk memastikan permintaan tersebut memiliki informasi yang diperlukan oleh hukum hak cipta yang berlaku dan tidak menunjukkan tanda-tanda penyalahgunaan. Jika permintaan penghapusan tersebut lolos peninjauan, *YouTube* akan menghapus konten yang diduga melanggar untuk mematuhi hukum hak cipta yang berlaku. *YouTube* akan menghubungi pihak penggugat atau individu yang mengajukan permintaan penghapusan untuk informasi lebih lanjut, jika ada hal atau informasi yang kurang dalam permintaan penghapusan. Konten yang dipermasalahkan akan terus dapat diakses di *YouTube* hingga pihak *YouTube* memperoleh informasi yang diperlukan.

²⁷ Lestari, Suhartana, and Wardani, “Analisis Klaim Hak Cipta Terhadap Konten Video Pada Platform Youtube Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia.”

²⁸ Lestari, Suhartana, and Wardani.

Konten akan dihapus dari *YouTube* dan saluran pengunggah akan mendapatkan pemberitahuan hak cipta jika permintaan penghapusan dikabulkan.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 5 Maret 2025 dengan A.A. Ngurah Bisma Prasatria sebagai *Content Creator* Ogoh-Ogoh Denpasar mengatakan bahwa *channel* nya pernah mendapatkan notifikasi jika monetisasinya dibatalkan oleh *YouTube* karna melanggar terkait konten berulang. Kasusnya berawal dari mendapatkan notifikasi Gmail oleh *YouTube* yang mengatakan bahwa monetisasinya dibatalkan dikarenakan adanya konten berulang dan kolom monetisasi pada *YouTube Studio* nya juga menghilang. Pada notifikasi Gmail tersebut memberikan pengajuan banding yang dapat dilakukan bila hal tersebut tidaklah benar. Dikarenakan hal tersebut tidaklah benar, maka dari itu dilakukanlah upaya banding disana. Di *YouTube* sendiri pengajuan banding dapat dilakukan dengan dua cara yakni menghapus video/konten yang dianggap melanggar oleh *YouTube* dan membuat video konfirmasi jika hal tersebut tidaklah benar.



Gambar 4. Notifikasi monetisasi dibatalkan oleh YouTube. Sumber: Penulis

Adapun banding yang telah dilakukan sebanyak 6 kali, yaitu sebagai berikut:

- 1) Banding pertama ini dilakukan dengan membuat sebuah video konfirmasi bila video tersebut adalah milik kita. Adapun didalam video tersebut harus berisi tentang cara pengambilan konten dan bukti pengeditan konten tersebut. Setelah itu video konfirmasi ini diupload ke *YouTube* dengan pengaturan privasi bukan di *upload* secara publik. Namun, setalah menunggu satu hari ternyata upaya banding ini gagal sehingga harus menunggu satu bulan untuk pengajuan banding selanjutnya.
- 2) Setelah menunggu satu bulan dilakukanlah upaya banding yang kedua yakni dengan menghapus konten yang dianggap melanggar. Namun, setelah menunggu satu hari, upaya banding yang kedua ini masih gagal. Pada akhirnya menunggu satu bulan lagi untuk pengajuan banding.
- 3) Banding yang ketiga ini dilakukan dengan menghapus konten juga namun ternyata masih gagal. Kemudian harus menunggu satu bulan lagi untuk banding selanjutnya.
- 4) Banding yang keempat ini masih melakukan penghapusan video/konten. Namun, ternyata masih gagal sehingga harus menunggu satu bulan lagi untuk banding selanjutnya.
- 5) Banding yang kelima ini melakukan video konfirmasi seperti banding pertama, yang berisikan tata cara pengeditan, tata cara membuat video/konten hingga bukti-bukti jika konten tersebut milik kami. Namun, ternyata banding ini masih gagal juga sehingga harus menunggu satu bulan lagi.
- 6) Pada Banding yang keenam ini dilakukan dengan penghapusan video/konten yang viral/memiliki banyak *views* yang seharusnya bisa mendapatkan monetisasi yang lebih banyak pada video/konten tersebut. Pada akhirnya pengajuan banding ini berhasil

²⁹ "Mempelajari Permintaan Penghapusan Karena Pelanggaran Hak Cipta," support.google.com, n.d.

dilakukan dan *YouTube* membuka kembali monetisasi pada *channel* Ogoh-Ogoh Denpasar.



Gambar 5. Notifikasi monetisasinya sudah kembali. Sumber: Penulis

Upaya banding yang dilakukan ini berlangsung dari bulan April 2023 hingga September 2023. Jika dihitung maka banding yang dilakukan ini selama 6 bulan. Namun, hingga saat ini monetisasi/penghasilan yang harusnya didapatkan dari video/konten lain yang tidak melanggar, tidaklah didapatkan kembali hingga saat ini. Hal ini telah melanggar pasal 8 UUHC yang menyatakan bahwa Hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaan, dan pasal 9 ayat (1) UUHC yang menyatakan Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi, dan ayat (2) UUHC yang menyatakan Setiap Orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.

Mengenai Pelanggaran hak cipta dan penyelesaian sengketa hak cipta diatur melalui Pasal 95 sampai dengan Pasal 120 UUHC. Penyelesaian sengketa hak cipta menurut UUHC dapat dilakukan melalui penyelesaian sengketa arbitrase (perdata) atau pengadilan (pidana). Untuk gugatan perdata diajukan ke pengadilan Niaga, sementara itu untuk tuntutan pidana menjadi kewenangan pengadilan Negeri. Tindak pidana berdasarkan ketentuan Pasal 120 UUHC merupakan delik aduan. Penyelesaian sengketa secara *litigasi* yakni penyelesaian yang dilakukan secara beracara di pengadilan, maupun *non-litigasi*, yang diselesaikan di luar pengadilan, merupakan pilihan untuk menyelesaikan masalah hak cipta. Banyaknya kasus yang belum terselesaikan yang menumpuk di pengadilan membuat ketersediaan penyelesaian sengketa di luar pengadilan merupakan jalan alternatif yang dapat dilakukan. Menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, menyatakan alternatif penyelesaian sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa melalui prosedur yang disepakati para pihak, yaitu penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli.³⁰ Penyelesaian sengketa secara *non litigasi* memiliki banyak keuntungan, termasuk menyelesaikan masalah para pihak, jangka waktu penyelesaian sengketa yang

³⁰ Ni Made Trisna Dewi, "Penyelesaian Sengketa Non Litigasi Dalam Penyelesaian Sengketa Perdata," *Jurnal Analisis Hukum* 5, no. 1 (2022): 81–89, <https://doi.org/10.38043/jah.v5i1.3223>.

singkat, biaya yang minim, hubungan yang kooperatif antara para pihak, dan hasil yang saling menguntungkan.³¹

Berdasarkan kasus diatas maka cara penyelesaian sengketa yang dilakukan yakni dengan jalur *non litigasi* melalui mediasi. Mediasi yang dimaksud disini berasal dari *platform YouTube* yang berawal dari mengajukan permohonan penyelesaian kepada mediator. Dalam hal ini, mediator berasal dari sistem *YouTube* itu sendiri, yang menyediakan layanan mediasi bagi pemilik hak cipta dan pihak yang mengklaim hak cipta. Sebagai bagian dari proses mediasi, pihak mediator akan memeriksa bukti kepemilikan hak cipta, yang dimana *channel Ogoh-Ogoh Denpasar* harus menyertakan bukti bahwa video tersebut adalah karya orisinal mereka, seperti tata cara pembuatan konten yang menjelaskan proses produksi atau konsep video dari awal hingga akhir, atau *file* mentahan dari video yang belum diunggah. Hal ini untuk membuktikan bahwa konten tersebut adalah hasil karya orisinal dari *channel Ogoh-Ogoh Denpasar*.

Meskipun *channel Ogoh-Ogoh Denpasar* telah membuktikan keaslian konten mereka, keputusan akhir dalam mediasi ini tetap memberikan hasil yang mengecewakan bagi mereka. Demi memperoleh kembali hak monetisasinya, *channel Ogoh-Ogoh Denpasar* harus terpaksa menghapus konten yang sebenarnya merupakan karya orisinal mereka sendiri. Hal ini menunjukkan adanya kekurangan dalam sistem penegakan hak cipta di *YouTube*, yang di mana kebijakan tersebut sering kali tidak berpihak kepada kreator yang memiliki hak sah atas kontennya. Keputusan untuk menghapus video bukanlah solusi yang ideal, karena tindakan tersebut justru merugikan kreator yang telah menginvestasikan waktu, tenaga, dan biaya dalam pembuatan konten. Kasus ini menjadi contoh nyata bahwa, meskipun mediasi dari *platform YouTube* bertujuan untuk menyelesaikan sengketa hak cipta dengan cepat, namun terkadang solusinya tidak memberikan keadilan penuh bagi kreator, yang seharusnya berhak atas perlindungan karya mereka di *platform YouTube*.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 25 Maret 2025 dengan Kepala subbidang Kekayaan Intelektual, Ida Bagus Danu Krisnawan mengatakan sampai saat ini belum ada kasus pelanggaran hak cipta dari *platform YouTube* yang di sengketakan di pengadilan (*litigasi*) dikarenakan pada *platform YouTube* sendiri sudah memiliki sistemnya dalam menyelesaikan pelanggaran hak cipta.

Berdasarkan kebijakan *YouTube* itu sendiri, maka kreator dapat mengajukan banding jika tidak seharusnya ditangguhkan (batal monetisasi) dengan membuat dan mengirimkan video banding, atau dengan menghubungi dukungan kreator dari dalam *YouTube Studio*. Setelah *YouTube* menerima banding yang telah dilakukan, maka *YouTube* akan menyampaikan keputusannya dalam waktu 14 hari. Jika banding tersebut berhasil, maka *YouTube* akan menyetujui kembali channelnya untuk dapat dimonetisasi kembali dalam waktu 30 hari. Jika banding tersebut ditolak, maka akan tetap dapat mengajukan kembali permohonan dalam waktu 90 hari setelah penangguhan atau tanggal penolakan permohonan.³²

Berdasarkan kasus diatas maka dapat dikaitkan dengan Teori Hak Kekayaan Intelektual menurut Robert M. Sherwood, yaitu:

1. *Recovery Theory*:

Dalam kasus *channel Ogoh-Ogoh Denpasar*, seharusnya kreator mendapatkan penghargaan berupa pendapatan atau penghasilan melalui monetisasi di *YouTube*. Namun, dengan *YouTube* membatalkan monetisasinya, meskipun ada video/konten yang tidak melanggar ketentuan, justru menghambat penerimaan penghargaan ini. Dibatkannya

³¹ Callesta Aydelwais De Fila Asmara, Zaenal Arifin, and Fahruddin Mubarok Anwar, "Penyelesaian Sengketa Hak Cipta Antara Pencipta Lagu Dan Penyanyi," *Jurnal Usm Law Review* 6, no. 2 (2023): 860, <https://doi.org/10.26623/julr.v6i2.7499>.

³² "Mengajukan Banding Atas Penangguhan Dari Atau Penolakan Permohonan Program Partner YouTube," support.google.com, 2024.

monetisasi tidaklah memberikan penghargaan yang adil kepada kreator sehingga dapat merugikan secara finansial bagi mereka.

2. *Recovery Theory:*

Kreator *channel* Ogoh-Ogoh Denpasar sudah melakukan berbagai upaya untuk menghasilkan konten asli yang mencerminkan budaya Bali. Ketika monetisasi dibatalkan selama enam bulan, maka akan berdampak negatif pada kemampuan kreator untuk memulihkan investasi mereka. Pemulihan ini terhambat karena hilangnya pendapatan yang seharusnya mereka terima dari konten yang sudah mereka buat.

3. *Incentive Theory:*

Dalam kasus ini, ketidakpastian terkait penghapusan dan penangguhan monetisasi tanpa kejelasan bisa berdampak buruk pada motivasi kreator. Ketika banding yang diajukan memakan waktu hingga enam bulan, bahkan setelah *channel*-nya kembali dimonetisasi, hal ini berpotensi mengurangi insentif bagi kreator untuk terus memproduksi konten serupa di masa depan. Insentif ini menjadi kurang efektif jika *platform* tidak memberikan perlindungan hak kekayaan intelektual yang adil dan cepat.

4. *Risk Theory:*

Risiko dibatalkannya monetisasi akibat tuduhan konten berulang menimbulkan ketidakpastian pada pendapatan kreator. Sistem yang tidak transparan dan waktu melakukan banding yang lama menambah risiko finansial bagi kreator, karena mengurangi kepercayaan terhadap jaminan perlindungan HKI yang ditawarkan *platform*.

5. *Economic Growth Theory:*

Ketidakpastian dalam penerapan kebijakan monetisasi di *YouTube* justru menghambat pertumbuhan ekonomi kreator. Jika kreator seperti Ogoh-Ogoh Denpasar kehilangan penghasilan atau merasa tidak mendapatkan keadilan dengan kebijakan *platform*, mereka bisa saja tidak akan membuat video/konten untuk menghasilkan lebih banyak karya lagi yang memiliki nilai ekonomi bagi mereka dan komunitasnya.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh dalam penegakan penerapan monetisasi dalam komersialisasi hak ekonomi dalam klaim hak cipta pada platform You Tube dalam penerapannya pengembangan antara ketentuan hukum dan ekonomi digital dalam pengelolaan perlindungan karya cipta digital. Sistem Content ID dalam pengelolaan hak cipta dan monetisasi, dalam menghadapi masih menghadapi tantangan dala, perhatian dalam penciptaan kreator dan pemilik hak cipta dan platform. Dalam pemahaman yang mendalam tentang pelaksanaan Pasal 9 UUHC dalam penerapannya di masyarakat. Perlunya perhatian dalam tantangan tentang perlindungan hak cipta pada plat form youtube perhatian dari semua pihak, termasuk kreator, pemilik hak cipta, dan platform. Pemahaman yang mendalam tentang hak cipta dan mekanisme monetisasi sangat penting agar kreator dapat memaksimalkan potensi ekonomi sekaligus menjaga integritas karya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Yuli Prasetyo, Dewi Sulistianingsih, and Rini Fidiyani. "Pengelolaan Kekayaan Intelektual Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penguatan Budaya Literasi, Kreativitas, Dan Inovasi." *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia* 04, no. 1 (2021): 18–30.
- Aura Mayshinta, Muh. Jufri Ahmad. "Perlindungan Terhadap Kreditur Pemegang Jaminan Fidusia Atas Hak Cipta Konten Youtube." *Breauacracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance* 3, no. 1 (2023): 51–63.
- Budianto, Wahyu Eka, and Kanti Rahayu. "Penerapan Aturan Dan Kebijakan Platform Youtube Terkait Unggahan Konten Berhak Cipta" 1, no. 3 (2024).
- Chandrika, Riandhani Septian, and Raymond Edo Dewanta. "Kajian Kritis Konsep

- Pembajakan Di Bidang Hak Cipta Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam.” *Rechtidee* 14, no. 1 (2019): 127–49. <https://doi.org/10.21107/ri.v14i1.5476>.
- Dewi, Ni Made Trisna. “Penyelesaian Sengketa Non Litigasi Dalam Penyelesaian Sengketa Perdata.” *Jurnal Analisis Hukum* 5, no. 1 (2022): 81–89. <https://doi.org/10.38043/jah.v5i1.3223>.
- Faiz, Aiman, and Imas Kurniawaty. “Urgensi Pendidikan Nilai Di Era Globalisasi.” *Jurnal Basicedu* 6, no. 1 (2022): 64–70. <https://doi.org/10.37598/pjpp.v7i1.597>.
- Fila Asmara, Callesta Aydelwais De, Zaenal Arifin, and Fahruddin Mubarok Anwar. “Penyelesaian Sengketa Hak Cipta Antara Pencipta Lagu Dan Penyanyi.” *Jurnal Usm Law Review* 6, no. 2 (2023): 860. <https://doi.org/10.26623/julr.v6i2.7499>.
- Geriya, Anak Agung Gede Mahardhika. “Pelanggaran Dan Kebijakan Perlindungan Hak Cipta Di Youtube.” *Jurnal Living Law* 13, no. 2 (2021): 100–110.
- Indirakirana, Ayu, and Ni Ketut Millenia Krisnayanie. “Upaya Perlindungan Hak Cipta Konten Youtube Wna Yang Dijiplak Oleh Wni Dalam Perspektif Bern Convention.” *Ganesha Law Review* 3, no. 2 (2021): 85–96. <https://doi.org/10.23887/glr.v3i2.444>.
- Julia, Kadek, Dewa Krisna, Ni Putu, and Sawitri Nandari. “Perlindungan Hukum Motif Tradisional Perak Bali Dalam Kerangka Hak Cipta,” 2022, 36–45.
- Koto, Ismail, Ida Hanifah, Surya Perdana, Tarmizi, and Ida Nadirah. “Perlindungan Hukum Atas Kekayaan Intelektual Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Yuridis* 10, no. 2 (2023): 66–73. <https://doi.org/10.35586/jyur.v10i2.7142>.
- Krisna, Made Ari Yudia, and I Made Dedy Priyanto. “Tanggung Jawab Pihak Youtube Terhadap Pelanggaran Video Tanpa Izin Pencipta.” *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 10 (2019): 1–17.
- Lestari, Mardiyana Putri, Lalu Wira Pria Suhartana, and Nizia Kusuma Wardani. “Analisis Klaim Hak Cipta Terhadap Konten Video Pada Platform Youtube Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia.” *Commerce Law* 3, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3238>.
- Mahadewi, Kadek Julia. “Budaya Hukum Dalam Keberlakuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Pada Pengrajin Perak Di Bali,” 2015, 205–18.
- Putri Suhartini, Angelina, and Dewa Gde Rudy. “Hak Cipta Sebagai Agunan Kredit Bank.” *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)* 10, no. 1 (2021): 91. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2021.v10.i01.p08>.
- Simatupang, Khwarizmi Maulana. “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta Dalam Ranah Digital.” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, no. 1 (2021): 67. <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.v15.67-80>.
- Soegianto, Naomy, Hendro Saptono, and Agus Sarono. “Tinjauan Yuridis Terhadap Kebijakan Youtube Terbaru Tahun 2019 Dalam Meminimalisir Adanya Plagiarisme Suatu Karya Hak Cipta Berdasarkan Undang Undang Nomor 28 Tahun 2014.” *Diponegoro Law Journal* 10, no. 3 (2021): 583–95.
- Tedy, Sinurat, Abdul Atsar, and Grasia Kurniati. “Perlindungan Hukum Atas Pelanggaran Pembajakan Hak Cipta Video Di Situs Youtube” 9, no. 2 (2020): 331–50.