

## Penyebaran Sinematografi Melalui Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah Dan Undang-Undang Hak Cipta

Asmira Abdurrohman<sup>1</sup>, Muhamad Noor<sup>2</sup>

<sup>1</sup> UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, [asmiramira89162@gmail.com](mailto:asmiramira89162@gmail.com)

<sup>2</sup> UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, [muhammadnoer380@gmail.com](mailto:muhammadnoer380@gmail.com)

### Abstrak:

Ada banyak *platform online* legal yang menyediakan serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show*. Akan tetapi seringkali yang digunakan untuk menonton dan dijadikan sebagai tempat penyebaran sinematografi adalah media sosial, baik itu secara gratis maupun dengan tujuan komersil. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana hukum penyebaran sinematografi di media sosial dan bagaimana sanksi hukum bagi para penyebar atas penyebaran sinematografi yang dilakukan di media sosial berdasarkan tinjauan Fikih Muamalah dan Undang-Undang Hak Cipta. Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian normatif dengan menggunakan metode pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi dan wawancara dengan para penyebar (admin) yang menyebarkan sinematografi melalui aplikasi media sosial, disertai teknik pengolahan data yang bersumber dari buku dan artikel terkait fenomena yang diteliti. Hasil dari penelitian ini menemukan tujuh aplikasi media sosial yang paling populer dan sering digunakan oleh para penyebar untuk menyebarkan karya sinematografi yakni Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo. Hukum penyebaran sinematografi melalui media sosial yang ditinjau dalam perspektif fikih muamalah secara gratis maupun untuk dikomersilkan hukumnya haram atau tidak sah karena karya sinematografi yang dihasilkan adalah ilegal dan dapat mengakibatkan kerugian para pencipta dan pemegang hak cipta. Sedangkan dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta hal tersebut merupakan ilegal karena hal ini memiliki indikasi jelas melanggar hak moral dan hak ekonomi pencipta dan pemegang hak cipta seperti yang tertuang pada Pasal 4, yang merugikan pencipta, pemegang hak cipta, bahkan negara. Mengenai penetapan sanksi hukum terhadap para penyebar dalam fikih muamalah hal ini mengikuti serta menyesuaikan kembali pada kebijakan pemerintah, karena hak cipta yakni sinematografi masuk dalam *al-daruriyyat al-khamsyah hifz al-maal* bahwa perlindungan hak cipta mengenai sanksi hukumnya melibatkan negara dalam menjamin pemeliharannya dari segala tindakan yang merugikan pemiliknya. Sedangkan dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mengenai sanksi hukum untuk sanksi perdata terdapat dalam Pasal 96 dan Pasal 99. Untuk sanksi pidana terdapat dalam Pasal 112 sampai Pasal 120. Dalam hal ini pihak yang dirugikan (pencipta dan pemegang hak cipta) harus melaporkan (delik aduan) kepada pemerintah baik itu berupa gugatan perdata atau tuntutan pidana..

**Kata Kunci:** Sinematografi, Media Sosial, Fikih Muamalah, Undang-Undang Hak Cipta.

### A. Pendahuluan

Di abad ke-21 ini perubahan semakin berkembang pesat semua bidang dipengaruhi oleh teknologi seperti yang sangat dirasakan sekarang ini yakni era digitalisasi yang telah menguasai berbagai bidang kebutuhan kehidupan manusia. Perkembangan ini memberikan ruang akses yang begitu besar salah satunya dalam dunia seni dan hiburan. Hal ini tentu bukanlah merupakan suatu hal yang asing kapanpun dan dimanapun kita dapat mengakses berbagai

konten seni dan hiburan secara digital di berbagai *platform online*.<sup>1</sup>

Serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* merupakan suatu karya audiovisual yang disebut juga dengan sinematografi.<sup>2</sup> Sinematografi atau *cinematography* berasal dari dua kata Yunani, *cinema*, yang berarti gerakan, dan *graphoo*, yang berarti menulis. Oleh karena itu, sinematografi dapat didefinisikan sebagai menulis dengan gambar yang bergerak. Setelah itu, foto-foto yang berhasil ditangkap akan digabungkan untuk membuat rentenan foto yang memiliki cerita yang sesuai dengan gagasan.<sup>3</sup> Dalam Undang-Undang Hak Cipta Pasal 40 ayat (1) huruf m juga dijelaskan karya sinematografi adalah ciptaan yang berupa gambar bergerak (*moving images*) antara lain film dokumenter, film iklan, reportase atau film cerita yang dibuat dengan skenario, dan film kartun.<sup>4</sup>

Banyak *platform online* yang menyediakan serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* di beberapa aplikasi resmi seperti Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, Maxstream, Genflix, Mola TV, WeTV, Iflix, Catchplay+, iQIYI, Tubi TV, Amazon Prime Video, Crunchyroll, Yidio, dan masih banyak lagi aplikasi resmi yang menjadi opsi pilihan untuk menonton serial favorit.<sup>5</sup> Untuk terus dapat menonton serial favorit, tentunya harus berlangganan terlebih dahulu dengan membeli akun *premium* dengan berbagai harga, yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan.

Dari sekian banyaknya aplikasi resmi yang dengan mudah dapat diakses tetap saja masih banyak beberapa para penikmat serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* merasa keberatan dan enggan jika menonton melalui aplikasi resmi. Dikarenakan adanya transaksi pembayaran yang harus dilakukan ketika ingin berlangganan, walaupun tidak berlangganan serial favorit yang masih dapat ditonton selalu terdapat iklan sehingga mengganggu pada saat menonton itulah yang menjadi permasalahan. Karena hal permasalahan tersebut digunakanlah aplikasi media sosial sebagai opsi *platform online* yang digunakan untuk menonton.

Penggunaan internet di Indonesia sendiri dari tahun ke tahun terus meningkat. Sesuai data yang didapat pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 204,7 juta orang atau dapat dikatakan sekitar 73,7%. Berkat akses internet yang meluas tersebut, jumlah pengguna media sosial di Indonesia juga meningkat menjadi 191,4 juta dengan persentase 68,9% populasi yang menggunakan media sosial di tahun 2024 ini.

Jumlah pengguna media sosial aktif tumbuh sebesar 12,6% pada tahun 2024, naik 21 juta dari tahun 2022 dari total populasi penduduk Indonesia dengan rata-rata masyarakat

---

<sup>1</sup>Yose Indarata dkk, "21<sup>st</sup> Century Skills: TVET dan Tantangan Abad 21," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 3, No. 6, (2021), h. 4.341.

<sup>2</sup>A. Setiawan dkk, "Sinematografi: Pengertian, Jenis, dan Unsur-Unsur," *Jurnal Komunikasi*, Vol. 22, No. 1, (2023), h. 3.

<sup>3</sup>Rika Permata Sari dan Assyari Abdullah, "Analisis Isi Penerapan Teknik Sinematografi Video Klip Monokrom," *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)*, Vol. 1, No. 6, Januari (2020), h. 419.

<sup>4</sup>Pasal 40 ayat (1) huruf m Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>5</sup>A. Setiawan dkk, "The Use of Streaming Apps for Foreign Language Learning: A Comparative Study of Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, Maxstream, Genflix, Mola TV, WeTV, Iflix, Catchplay+, iQIYI, Tubi TV, Amazon Prime Video, Crunchyroll, and Yidio," *Language Learning and Technology (LLT)*, Vol. 23, No. 1, (2023), h. 5.

Indonesia yang menghabiskan waktu 3 jam 17 menit setiap harinya di media sosial. Hal inilah yang menjadikan Indonesia menjadi salah satu dari 10 negara teratas di tahun 2024 yang paling aktif di media sosial yang kemungkinannya akan terus meningkat di tahun-tahun berikutnya. Berikut adalah beberapa statistik media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia di tahun 2024.<sup>6</sup>

Data Pengguna Aplikasi Media Sosial di Indonesia Tahun 2024

| <i>TOP SOCIAL NETWORK PLATFORMS IN INDONESIA</i> | <i>PERCENTAGE</i> | <i>ACTIVE USERS (IN MILLION)</i> |
|--|-------------------|----------------------------------|
| WhatsApp   | 88.70%            | 181.57                           |
| Instagram  | 84.80%            | 173.59                           |
| Facebook   | 81.30%            | 166.42                           |
| YouTube  | 65.41%            | 133.82                           |
| TikTok   | 63.10%            | 129.17                           |
| Telegram   | 62.80%            | 128.55                           |
| Twitter  | 58.30%            | 119.34                           |
| Line   | 39.70%            | 81.27                            |
| Pinterest  | 36.70%            | 75.12                            |
| Kuaishou   | 35.70%            | 73.08                            |
| LinkedIn   | 29.40%            | 60.18                            |
| Snapchat   | 17.70%            | 36.23                            |
| Discord  | 17.60%            | 36.03                            |
| Skype  | 14.90%            | 30.50                            |
| Likee  | 14.20%            | 29.07                            |

(Sumber Data: The Global Statistics)

Aplikasi media sosial yang sering digunakan yakni Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo. Padahal dari beberapa aplikasi media sosial tersebut bukanlah merupakan aplikasi khusus yang menyediakan serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show*. Ketujuh aplikasi tersebut merupakan aplikasi media sosial yang berfungsi untuk berbagai tujuan yang berbeda-beda. Telegram digunakan untuk komunikasi pribadi atau grup dengan berbasis pesan tulisan maupun suara,<sup>7</sup> Facebook digunakan untuk mengunggah foto maupun video keseharian, Twitter dan Instagram digunakan untuk berbagi unggahan foto, informasi, dan pendapat. Sedangkan YouTube, TikTok dan SnackVideo digunakan untuk menonton video dari para konten kreator.<sup>8</sup> Namun, dari ketujuh aplikasi

<sup>6</sup>The Global Statistics The Data Expert, "Indonesia Social Media Statistics 2024 Most Populer Platforms," [www.theglobalstatistics.com](http://www.theglobalstatistics.com), 02 Januari 2024, diakses 25 Januari 2024, *Indonesia Social Media Statistics 2024 | Most Popular Platforms – The Global Statistics*.

<sup>7</sup>Tom Willaert, "A Computational Analysis of Telegram Narrative Affordances," *Journal Plos One*, Vol. 18, No. 11, November (2023), h. 3.

<sup>8</sup> Syukri Rahmatullah dan Retna Eni Dwi Yuliati, "Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif,"

tersebut memiliki kelebihan yakni dapat digunakan untuk mengunggah video baik itu secara *full* atau utuh (*uncut*) maupun terpotong atau sebagian (*part*). Dari adanya kelebihan ini, ketujuh aplikasi tersebut digunakanlah oleh para pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengunggah video seperti serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* yang merupakan hasil bajakan.

Indonesia dari sejak dahulu memperhatikan dan melindungi karya-karya yang dihasilkan dari penciptaan seseorang, salah satunya seperti kasus pembajakan tersebut yang masuk dalam lingkup pelanggaran hak cipta, hal ini dibuktikan dengan adanya undang-undang hak cipta yang diterbitkan dari sejak tahun 1982. Sudah lima kali Indonesia merevisi undang-undang hak cipta, pertama kali diterbitkan UU No. 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta, kemudian adanya revisi dan penggantian UU terakhir yang digantikan oleh UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Bahkan keperdulian pemerintah terhadap hak cipta terbukti dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP), Peraturan Presiden (Perpres), Peraturan Menteri (Permen), Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, dan Keputusan Dirjen HKI.

Pada UU No. 28 Tahun 2014 telah dicantumkan secara jelas pada Pasal 1 ayat (23) "Pembajakan adalah Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait secara tidak sah dan pendistribusian barang hasil penggandaan dimaksud secara luas untuk memperoleh keuntungan ekonomi."<sup>9</sup> Pembajakan ini merupakan pelanggaran dalam Hak Kekayaan Intelektual terutama pada industri perangkat lunak seperti serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* bahkan musik pun masuk dalam deretan yang menghadapi permasalahan pembajakan, bahkan beberapa tahun terakhir ini telah terjadi peningkatan aktivitas pembajakan baik melalui internet maupun penyalinan konvensional serta peningkatan penelitian yang berkaitan dengan pembajakan,<sup>10</sup> yang mana di Indonesia hal ini masuk dalam pelanggaran UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Dilansir informasi dari KOMINFO survei yang dilakukan oleh YouGov oleh *Coalition Against Piracy (CAP) Asia Video Industry Association* menemukan bahwa 28% pelanggan *online* saat ini menggunakan situs *streaming* bajakan dan *torrent* untuk mendapatkan konten bajakan.<sup>11</sup> Selain itu juga laporan terbaru dari Akamai 2022 *State of the Internet/Security Report "Pirates in the Outfield"*, hasil kerja sama Akamai dan MUSO, menyediakan data aktivitas pembajakan *streaming* dan *download* (pengunduhan) di beberapa industri. Lapornya menegaskan masalah pembajakan konten digital yang serius di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Laporan ini menyatakan bahwa permintaan pembajakan global mencapai 3,7 miliar antara Januari dan September 2021. Sedangkan tahun 2020, Asosiasi Produser Film Indonesia (APROFI), melaporkan bahwa pembajakan film di Indonesia sendiri saja sudah merugikan industri film Indonesia sebesar Rp 5 triliun (348,8 juta dollar AS) pertahun. Angka ini menunjukkan jumlah

---

*Jurnal Studi Jurnalistik*, Vol. 4, No. 2, (2022), h. 48.

<sup>9</sup> Pasal 1 ayat (23) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>10</sup> Brett Danaher dan Joel Waldfogel, "Reel Piracy: The Effect of Online Film Piracy On Internasional Box Office Sales," *University of Minnesota and NBER*, Vol. 29, No. 6, (2020), h. 3.

<sup>11</sup> Adinda Permatasari, "Dalam 10 Bulan, Penonton Streaming Bajakan Menurun 55 Persen," *KOMINFO*, 17 Juli 2020, diakses 12 Desember 2023, [Kementerian Komunikasi dan Informatika \(kominform.go.id\)](https://kominform.go.id).

permintaan konten bajakan yang dihasilkan dari kunjungan ke situs *web* yang menawarkan akses ke film, acara televisi, pengunduhan *torrent*, *browser*, ataupun aplikasi telepon bahwa 61,5% konsumen mengakses konten bajakan secara langsung, sementara 28,6% melakukan pencarian terlebih dahulu.<sup>12</sup>

Walaupun sejak Juli 2019 KOMINFO bersama dengan *Video Coalition of Indonesia* (VCI) telah memblokir lebih dari 2.300 situs *streaming* pembajakan dan aplikasi ISD (Informasi dan Komunikasi Digital), setiap sepuluh hari dengan lebih dari 60 situs pembajakan yang diblokir.<sup>13</sup> Tetap saja pembajakan terus meningkat, dengan adanya penggunaan aplikasi media sosial seperti Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo sebagai salah satu cara lain untuk mengakses dan menyebarkan serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* walaupun sudah banyak situs *web* yang telah diblokir.

Kemudahan teknologi dengan fasilitas internet ini sisi gelapnya membawa pada pelanggaran hukum tanpa disadari walaupun sebenarnya dalam keadaan sadar. Jika dilihat pada kaca mata hukum Islam yakni fikih muamalah sesuai dengan ruang lingkup serta prinsip-prinsip fikih muamalah hal tersebut masuk dalam hukum yang mengatur berkaitan dengan masalah harta/*maal* (kekayaan) dan hak-hak kebendaan yang disebut dengan *huquq maliyyah* (hak kekayaan), juga berkaitan dengan akhlak, yang baik maupun buruk yang disebut dengan *adab*.<sup>14</sup> Jelas dalam praktik penyebaran serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* melalui media sosial ini melanggar hak kepemilikan/kekayaan seseorang yang termasuk dalam akhlak perilaku yang buruk dengan dampak merugikan orang lain. Hal inipun sejalan dengan firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa : 29)<sup>15</sup>

Dari ayat di atas, kata *al-batil* menurut al-Biqal'iy (Burhan al-Din Abi al-Hasan Ibraim ibn Umar Al-Biqal'iy, mengacu pada segala sesuatu yang tidak diperkenankan Allah dari berbagai segi, baik aspek esensinya maupun sifatnya. Sedangkan, al-Razi (Fakhr al-Din Muhammad ibn Umar ibn al-Husayn al-Tamimiy Al-Razi) mengatakan *pertama al-batil* merupakan segala sesuatu yang tidak dibenarkan oleh hukum *syara'* adalah haram, *kedua al-batil* merupakan mengambil sesuatu dari orang lain tanpa menggantinya.<sup>16</sup> Penafsiran ayat tersebut relevan dengan konteks larangan mengambil sesuatu apapun milik orang lain dengan jalan yang tidak benar karena melanggar

<sup>12</sup>Ali Hakim, “Di Balik Layar: Bagaimana Pembajakan Film Indonesia,” *Kompas.com*, 09 Maret 2020, diakses 12 Desember 2023, *Di Balik Layar: Bagaimana Pembajakan Digital Melukai Industri Film Indonesia Halaman all - Kompas.com*.

<sup>13</sup> Adinda Permatasari, “Dalam 10 Bulan...”

<sup>14</sup> Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (FEBI UIN-SU Press: Oktober 2018), h. 4.

<sup>15</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Edisi Penyempurnaan 2019), h. 112.

<sup>16</sup> Taufiq, “Memakan Harta Secara Batil (Perspektif Surat An-Nisa: 29 dan At-Taubah: 34),” *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, Vol. 17, No. 2, Juli-Desember (2018), h. 250.

hak orang lain,<sup>17</sup> baik itu esensi ataupun sifatnya yang jelas melanggar hak kepemilikan orang lain (*property right*), yang dimaksud disini yakni salah satunya yang berkaitan dengan karya sinematografi yang disebar luaskan demi kepentingan dan keuntungan pribadi, seperti yang banyak terjadi sekarang ini di masyarakat.

Ada beberapa faktor sebagai alasan mengapa fenomena penyebaran sinematografi melalui media sosial tersebut dapat terjadi; *Pertama* zaman yang sudah berubah membawa dampak yang besar, era globalisasi perkembangan teknologi menyebabkan perubahan sosial dari adanya pengaruh revolusi elektronik sehingga semua sudah berada dalam genggaman yakni dengan adanya ponsel/*smartphone* semua aktivitas dapat dengan mudah dilakukan di mana dan kapanpun saja, tanpa sadar awal mula dirasakan dampak positifnya namun tak ketinggalan pula dampak negatifnya pun mengikuti. *Kedua* dari adanya perkembangan teknologi tersebut globalisasi informasi dan komunikasi menjadi dunia *modern* setiap orang lebih suka menggunakan media internet salah satunya yakni penggunaan media sosial. *Ketiga* kemajuan media elektronik (ponsel/*smartphone*, laptop, komputer, tablet dsb) dan media internet (media sosial) menyelaraskan berjalan berkesinambungan dengan kebiasaan mayoritas orang yang membutuhkan hiburan (menonton) merupakan suatu hal yang disukai bahkan menjadi suatu hobi sehingga digunakanlah kedua media tersebut.

*Keempat* penggunaan media elektronik (ponsel/*smartphone*, laptop, komputer, tablet dsb) dan media internet (media sosial) untuk penyebaran karya sinematografi dengan bermodal kuota data atau WiFi pribadi bisa dapat langsung menonton bahkan mengunduh maka secara otomatis serial drama, film, anime, kartun, atau *variety show* favorit langsung tersimpan pada perangkat yang digunakan, sehingga tidak perlu lagi untuk berlangganan yang diharuskan membayar serta menonton tidak perlu khawatir adanya iklan. *Kelima* penyebaran karya sinematografi di media sosial tanpa disadari maupun disadari menghasilkan keuntungan atau *fee*.

Berdasarkan pemaparan fakta permasalahan tersebut, munculah ketertarikan peneliti dengan mempertanyakan terkait hukum penyebaran serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* yang disebut dengan sinematografi melalui aplikasi media sosial dan sanksi hukum apa yang didapat oleh para penyebar yang diteliti berdasarkan perspektif fikih muamalah dan perspektif dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menjadi landasan hukum positif di Indonesia yang mengatur hak cipta. Oleh sebab itu, dalam konteks ini peneliti mengangkat judul “Penyebaran Sinematografi Melalui Media Sosial Perspektif Fikih Muamalah dan Undang-Undang Hak Cipta.”

## B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian normatif yang bertujuan untuk menganalisis tinjauan fikih muamalah dan peraturan perundang-undangan terkait

---

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Cetakan 2011, Widya Cahaya), h. 154.



penyebaran sinematografi di media sosial dengan menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Jenis data yang digunakan mencakup data primer yang diperoleh melalui observasi langsung pada aplikasi media sosial dan wawancara dengan para penyebar (admin), serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, artikel, dan peraturan perundang-undangan yang relevan. Teknik pengumpulan data melibatkan observasi terencana, wawancara mendalam secara online, dan dokumentasi berupa gambar objek penelitian. Proses pengolahan data meliputi pengumpulan, pengorganisasian, analisis, dan presentasi data untuk mengambil kesimpulan yang valid dan komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

## C. Pembahasan

### 1. Analisis Hukum Penyebaran Sinematografi di Media Sosial

#### a. Perspektif Fikih Muamalah

Dalam fikih muamalah hak cipta tidak ditemukan dalam fikih klasik, bahkan kajian mengenai hak cipta ini sendiri dari para ahli hukum Islam juga jarang ditemukan. Pembahasan mengenai hak cipta setelah dilihat dalam fikih kontemporer ditemukan bahwa gambaran mengenai hak cipta Fathi ad-Duraini mengatakan hak cipta atau yang disebut dengan hak *Ibtikar*<sup>18</sup> merupakan gambaran dari proses pemikiran yang dihasilkan oleh seorang ilmuan dengan menggunakan kemampuan pemikiran dan analisisnya, dan hasilnya adalah penemuan atau ide baru yang belum pernah ditemukan oleh ilmuan sebelumnya.<sup>19</sup>

*Ibtikar* atau hak cipta merupakan sesuatu hal yang baru dalam kajian hukum Islam belum ditemukan secara eksplisit *nash* hukumnya baik dari ayat al-Qur'an maupun Hadits, namun jika didasarkan pada '*Urf* sebagaimana seperti dalam kaidah hukum Islam "adat kebiasaan itu dapat dijadikan dasar hukum."<sup>20</sup> Dalam *Maslahah Mursalahah* adalah keadaan di mana suatu kebaikan dianggap relevan, tetapi tidak ada ketetapan hukum yang jelas untuk mewujudkannya, dan tidak ada bukti yang pasti baik mendukung maupun menentangnya. Namun, kebaikan tersebut secara substansial sesuai atau tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip umum syariat atau esensi syariat serta tujuan-tujuan syariat. Karenanya dalam konteks fikih muamalah memandang bahwa hak *Ibtikar* termasuk dalam kategori harta yang diciptakan oleh pencipta yang mutlak sebagai hak miliknya dalam bentuk materi layaknya harta yang berlaku pada umumnya yang secara maknawi merupakan kepemilikan khusus dan merupakan hasil karya intelektual manusia yang harus mendapatkan penghargaan

---

<sup>18</sup> Dalam bahasa Arab, "*ibtikar*" berarti "inovasi" atau "penciptaan baru", dan sering digunakan untuk menciptakan produk, layanan, atau ide baru yang memiliki manfaat atau solusi baru untuk masalah. *Ibtikar* mendorong penciptaan sesuatu yang baru dan bermanfaat di berbagai bidang, seperti teknologi, seni, bisnis, dan pendidikan.

<sup>19</sup> Erfan Efendi, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Film Akibat *Remake* Pada Media Youtube Perspektif Fiqh Muamalah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta," *Skripsi*, Universitas Islam Negeri KHAS Jember, Tahun 2019, h. 55.

<sup>20</sup> Kaidah 1, *al-darar wa al al-maslahah* (Bahaya dan Maslahat) dan Cabang-cabangnya.

khusus dari masyarakat umum dari segi moral maupun finansial.<sup>21</sup>

Sinematografi diklasifikasikan sebagai harta, yang memiliki hak untuk memiliki atau mengendalikan harta tersebut. Dalam hal ini, pencipta dan pemegang hak cipta sinematografi itu sendiri yang memiliki hak untuk memiliki dan menggunakan nilai materi dari karya tersebut. Dengan demikian, setiap orang yang ingin menggunakan, menikmati, atau memanfaatkan karya tersebut harus mendapatkan izin dari pencipta dan pemegang hak cipta.

Sifat harta (*al-amwal*) menarik perhatian manusia, seperti yang ditunjukkan oleh pengertian secara bahasa tentang harta atau *maal*, yang berarti "condong" atau beralih dari tengah ke salah satu sisi. Akibatnya, harta dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang menarik perhatian manusia dan memiliki kecenderungan untuk memilikinya.<sup>22</sup> Dalam teori ushul fikih melalui metode *qiyas*, maka karya sinematografi dapat disamakan dengan harta, karena memiliki nilai moral dan nilai ekonomi yang memiliki sifat menarik perhatian seseorang untuk menikmati atau menontonnya. Jika dilihat dalam konteks pembagian harta maka karya sinematografi sama kedudukannya dengan harta *mutaqawwim* lainnya. Oleh karena itu, dalam fikih mumalah, ada aturan yang jelas yang mengatur hak kepemilikan seseorang atas karya sinematografi dan menjadi bagian dari Hak Kekayaan Intelektual.

Dalam hal ini, ketentuan fikih muamalah tentang hak kepemilikan seseorang atas suatu harta tidak lepas dari konsep kepemilikan itu sendiri, yaitu penguasaan harta secara sah dan nyata menurut hukum *syara'* yang memberi pemilik hak untuk melakukan tindakan hukum atau kebolehan memanfaatkan dan menggunakan harta tersebut seperti yang tercantum pada ruang lingkup muamalah madiyah yakni melakukan jual-beli, hibah, sewa-menyewa, dan sebagainya.<sup>23</sup>

Hak cipta atas karya sinematografi hanya dapat diperoleh melalui keputusan hukum dan tidak boleh melanggar hukum. Hal ini sesuai dengan ayat 188 dan 29 Surat Al-Baqarah, yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْأَلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahan: "Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui." (Q.S Al-Baqarah : 188)<sup>24</sup>

Tafsir dari ayat di atas menjelaskan Allah melarang makan harta orang lain dengan cara batil. Istilah "makan" berarti "mempergunakan atau memanfaatkan," seperti yang

<sup>21</sup> Erfan Efendi, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta...56-57.

<sup>22</sup> Aljiel Sarah dkk, "Analisis *Streaming* Film Gratis melalui Telegram berdasarkan Fikih Muamalah dan UU Hak Cipta," *Unisba Press: Jurnal Riset Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1, Juni (2023), h. 11.

<sup>23</sup> Aljiel Sarah dkk, "Analisis *Streaming*...h. 11-12.

<sup>24</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Edisi Penyempurnaan 2019), h. 38.



digunakan dalam bahasa Arab dan bahasa lain. Batil ialah cara yang dilakukan tidak menurut hukum yang telah ditentukan Allah seperti mencuri, menipu, memalsukan, merampok, dan sebagainya.<sup>25</sup> Ayat tersebut jelas melarang setiap orang untuk mengambil atau mengambil harta orang lain secara tidak sah. Hal ini relevan dengan fenomena penyebaran sinematografi yang dilakukan oleh para penyebar melalui media sosial, orang lain tidak diperbolehkan mengambil keuntungan dari harta orang lain.

Larangan menggunakan harta yang masih dimiliki oleh seseorang, dalam hal ini dapat dikatakan cara yang batil disamakan dengan penggunaan atau penguasaan karya sinematografi yang tidak boleh dilakukan dengan cara yang tidak sah, seperti mencuri, mengcopy, membajak, atau menyebarluaskan karya sinematografi tanpa izin atau persetujuan dari pemegang hak cipta. Dalam ruang lingkup hak cipta, melanggar hak cipta orang lain tanpa izin berarti mengambil hak orang lain tanpa keridhaan pemiliknya, dan hal ini haram karena hak milik harta seseorang muslim itu terjaga. Dalil-dalil di atas menjadi landasan ketentuan kepemilikan atau hak penguasaan serta hak cipta atas suatu karya sinematografi sesuai perspektif fikih muamalah.

Dengan mempertimbangkan prosedur yang digunakan untuk menyebarkan karya sinematografi secara gratis maupun komersil melalui beberapa aplikasi media sosial seperti Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo, yang menjadi masalah adalah sumber karya sinematografi yang tidak jelas kelegalitasannya. Seperti yang kita ketahui, karya ini dilindungi oleh hak cipta, dan menyebarkannya melalui aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo dapat dianggap ilegal karena tidak memiliki izin dari pemegang hak cipta. Terutama ketujuh aplikasi tersebut bukanlah merupakan aplikasi khusus yang menyediakan karya sinematografi (serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show*) seperti halnya aplikasi Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, dan sebagainya.

Dilihat pada prinsip adanya kehalalan dalam memperoleh segala sesuatu berdasarkan prinsip *at-Taradhi* suka sama suka atau ridha dan prinsip keadilan dengan menghindari unsur-unsur kezaliman, termasuk sebagai syarat mutlak untuk menikmati, memiliki, atau memanfaatkannya, sebagai salah satu dari prinsip-prinsip muamalah. Karena Islam adalah agama *rahmatan lil-aalamiin*, pengikutnya diminta untuk melakukan hal-hal baik dan menghindari hal-hal buruk. Karena itu, menyebarluaskan karya sinematografi secara gratis maupun dikomersilkan ke beberapa aplikasi media sosial ini termasuk batil karena karya sinematografi yang dihasilkan merupakan hasil bajakan tidak jelas sumbernya, yang merupakan pelanggaran hukum yakni pelanggaran hak cipta.

Sebagian besar ulama dari mazhab Syafi'i, Maliki, Hanafi, dan Hanbali berpendapat bahwa Hak Cipta dapat digunakan untuk tujuan *syara* dan termasuk dalam harta yang

---

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Cetakan 2011, Widya Cahaya), h. 281.

berharga. Begitupun dengan Hak Kekayaan Intelektual dianggap sebagai salah satu *huquq maliyyah*, atau hak kekayaan, yang dilindungi oleh hukum (*mashun*) sebagaimana *maal*, atau kekayaan, selama tidak bertentangan dengan hukum Islam. Dengan demikian, sebuah karya sinematografi dapat dianggap sebagai objek akad (*al-ma'qud'alaih*), baik *mu'awadhah* (komersial, pertukaran), maupun *tabarru'at* (nonkomersial), serta dapat diwakafkan dan diwariskan. Setiap pelanggaran hak kepemilikan karya sinematografi, termasuk menonton (menikmati), menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsukan, atau membajak karya tersebut tanpa izin kesepakatan dengan pemilik pencipta/pemegang hak cipta tersebut adalah haram dan melanggar hukum.

Menikmati Hak Kekayaan Intelektual seperti karya sinematografi (serial drama, film, anime, kartun, atau *variety show*) harus dilakukan dengan cara yang disebut sebagai "*antaquuna tijaratan antardhin minkum*," yang berarti bahwa keduanya harus melakukan transaksi yang didasarkan pada prinsip suka sama suka, adil tanpa adanya unsur kezaliman, dan saling menguntungkan. Namun, dalam fenomena ini penyebaran karya sinematografi ini dilakukan secara gratis maupun komersil pada beberapa aplikasi media sosial, tidak ada perjanjian yang berlaku. Dalam kasus ini, orang dapat menyebarkan hingga dapat menikmati (menonton) serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* tanpa harus melakukan transaksi, seperti menonton film di bioskop dengan membeli tiket atau berlangganan ke aplikasi resmi (legal) seperti Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, Maxstream, Genflix, Mola TV, WeTV, Iflix, Catchplay+, iQIYI, Tubi TV, Amazon Prime Video, Crunchyroll, Yidio, dan sebagainya, di mana setiap orang harus berlangganan terlebih dahulu untuk jangka waktu tertentu dan membayar biaya tertentu.<sup>26</sup>

Dalam Fatwa MUI Nomor 1 Angka (4) Tahun 2003 Tentang Hak Cipta juga menyatakan bahwa "*setiap bentuk pelanggaran hak cipta, terutama pembajakan, merupakan kezaliman yang hukumnya adalah haram*,"<sup>27</sup> yang berarti bahwa melakukan penyebaran sinematografi melalui media sosial merupakan pelanggaran yang dilarang oleh fikih muamalah.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan karena tidak sesuai dengan persyaratan dan peraturan yang berlaku untuk pemindahan hak milik melalui transaksi atau perjanjian, penyebaran karya sinematografi secara gratis maupun komersil tersebut melalui aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo dianggap sebagai kezaliman (*dzulum*), yang mengakibatkan kerugian ekonomi bagi pencipta dan pemegang hak cipta karena mereka tidak mendapatkan royalti atau penghasilan yang seharusnya mereka dapatkan. Begitupun kerugian bagi pemerintah karena tidak mendapatkan pendapatan negara dari pajak penghasilan Hak Cipta. Ditegaskan

<sup>26</sup> Aljijel Sarah dkk, "Analisis Streaming...h. 14.

<sup>27</sup> Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2003 Tentang Hak Cipta.

kembali bahwa kegiatan penyebaran karya sinematografi secara gratis maupun komersil melalui aplikasi media sosial hukumnya haram atau tidak sah karena karya sinematografi yang dihasilkan adalah ilegal dan dapat mengakibatkan kerugian bagi pihak tertentu yakni para pemegang Hak Cipta karya sinematografi tersebut.

#### **b. Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta**

Karya sinematografi dilindungi oleh UU No. 28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta sebagai hukum positif yang melindungi Hak Cipta yang ada di Indonesia, pencipta dan pemegang hak cipta memiliki hak eksklusif untuk mengumumkan atau memberikan izin atas karya sinematografinya. Orang lain tidak dapat menggunakan karya tersebut tanpa izin dari pembuat karya cipta. Oleh karena itu, dalam Pasal 40 ayat (1) UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta mengatur bahwa setiap karya seni termasuk dalam kategori ciptaan yang dilindungi, di mana karya sinematografi adalah salah satunya.<sup>28</sup>

Pada pasal 40 ayat (1) huruf m UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah dijelaskan secara jelas apa yang dimaksud dengan sinematografi;<sup>29</sup>

“Yang dimaksud dengan “karya sinematografi” adalah Ciptaan yang berupa gambar bergerak (moving images) antara lain irilm dokumenter, film iklan, reportase atau lilm cerita yang dibuat dengan skenario, dan film kartun. Karya sinematografi dapat dibuat dalam pita seluloid, pita video, piringan video, cakram optikdan/atau media lain yang memungkinkan untuk dipertunjukkan di bioskop, layar lebar, televisi, atau media lainnya. Sinematografi merupakan salah satu contoh bentuk audiovisual.”

Bahkan dilanjutkan pula secara tegas pada Pasal 59 ayat (1) bagian huruf (c) perlindungan Hak Cipta atas Ciptaan karya sinematografi masuk didalamnya sebagai salah satu ciptaan dari hak cipta yang sangat dilindungi. Sangat jelas bahwa UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta bertujuan untuk melindungi setiap individu yang memiliki hak cipta atas karya yang dimilikinya. Oleh karena itu, seharusnya tidak banyak pelanggaran hak cipta yang terjadi karena undang-undang ini telah mengatur secara jelas, tetapi yang terjadi kenyataannya praktik pelanggaran hak cipta ini marak dilakukan dan sulit untuk dihentikan, salah satunya seperti penyebaran sinematografi.

Penyebaran sinematografi yang dilakukan di beberapa aplikasi media sosial Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo ini yang sekarang marak terjadi tidak hanya pada hasil karya sinematografi yang ada di Indonesia saja, bahkan hasil karya sinematografi dari luar Indonesia banyak juga disebarakan seperti serial drama Korea, Cina, Thailand, film Hollywood, film Bollywood, film Korea,<sup>30</sup> *variety*

---

<sup>28</sup> Gertrud Felita Maheswari Andreas dkk, “Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta pada Situs Streaming Ilegal (Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta),” *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 3, No. 1, Januari (2024), h. 382.

<sup>29</sup> Pasal 40 ayat (1) huruf m Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>30</sup> Dilansir bisnis produksi film sebelumnya sebesar 837,5 miliar won turun menjadi 73,4 miliar won, menurut Yonhap, Studio Dragon dan CJ ENM. Keuntungan industri film sebelum dan selama pandemi

*show* Korea,<sup>31</sup> kartun dan anime Jepang, serta masih banyak lagi karya sinematografi yang disebarkan. Tentu hal ini berdampak kepada beberapa pihak seperti :<sup>32</sup>

- 1) Pencipta dan pemegang Hak Cipta, karena tidak mendapatkan royalti atas pemanfaatan ekonomi hasil karyanya, dan hal tersebut juga dapat menghambat kreativitas para pencipta untuk membuat karya dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, sehingga hak yang seharusnya diperoleh para pencipta tidak terpenuhi.
- 2) Masyarakat, orang-orang yang menikmati *streaming* sinematografi secara gratis di beberapa aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo, merasa akan menjadi acuh tak acuh tentang pelanggaran karya cipta tersebut.
- 3) Pemerintah, sesuai dengan fakta bahwa pajak merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar pemerintah, pemerintah seharusnya menghasilkan lebih banyak uang dari penghasilan hak cipta sinematografi. Namun, karena serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* ilegal tersebar luas, terutama melalui aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo, jumlah uang yang diperoleh pemerintah telah berkurang. Padahal, sektor ini memiliki potensi besar untuk menghasilkan dana untuk pembangunan nasional.
- 4) Hubungan Internasional, Penyebar ini menyebarkan karya sinematografi internasional, bukan hanya sinematografi Indonesia. Banyak karya sinematografi dari negara lain juga disebar ke beberapa aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo ini. Jika ini terus berlanjut, Indonesia akan dianggap tidak dapat melindungi Hak Kekayaan Intelektual atau Hak Cipta.

Kegiatan menonton serial drama, film, anime, kartun, dan *variety show* melalui aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo ini jelas kita tahu aplikasi-aplikasi tersebut bukan layanan khusus tempat menonton legal, karenanya hal ini memiliki indikasi jelas melanggar hak moral dan hak ekonomi pemegang Hak Cipta seperti yang tertuang pada Pasal 4;<sup>33</sup>

“Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.”

Hak moral didefinisikan sebagai suatu hak yang dimiliki oleh siapa pun yang telah menciptakan suatu karya yang bersifat nyata. Hak moral ini memiliki dua sifat penting yakni milik pribadi dan kekal. Dengan kedua sifat ini, seorang pencipta memiliki hak untuk melekat padanya di setiap karya yang ia buat hingga ia telah meninggal sekalipun sebagaimana yang tertuang pada Pasal 5;<sup>34</sup>

---

Covid-19 merosot drastis.

<sup>31</sup> Ferdiana dkk, “Analisis Yuridis Pembajakan Drama Korea di Aplikasi Telegram,” *Tanjung Legal Review*, Vol. 1, Issue. 2, Mei (2023), h. 167.

<sup>32</sup> Aljiel Sarah dkk, “Analisis Streaming...h. 15.

<sup>33</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>34</sup> Pasal 5 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

- 1) Hak moral sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri Pencipta untuk:
  - a) tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan dengan pemakaian Ciptaannya untuk umum;
  - b) menggunakan nama aliasnya atau samarannya;
  - c) mengubah Ciptaannya sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat;
  - d) mengubah judul dan anak judul Ciptaan; dan
  - e) mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi Ciptaan, mutilasi Ciptaan, modifikasi Ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.
- 2) Hak moral sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dapat dialihkan selama Pencipta masih hidup, tetapi pelaksanaan hak tersebut dapat dialihkan dengan wasiat atau sebab lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan setelah Pencipta meninggal dunia.
- 3) Dalam hal terjadi pengalihan pelaksanaan hak moral sebagaimana dimaksud pada ayat (2), penerima dapat melepaskan atau menolak pelaksanaan haknya dengan syarat pelepasan atau penolakan pelaksanaan hak tersebut dinyatakan secara tertulis.”

Begitupun dengan hak ekonomi yang tertuang dalam Pasal 8 menyebutkan: “Hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Ciptaan.”<sup>35</sup>

Hak ekonomi inilah yang merupakan nilai komersial atas karya cipta pencipta sebagai royalti yang didapatkan, maka siapapun yang ingin melaksanakan hak ekonomi ini harus mendapatkan izin dari pencipta atau pemegang hak cipta secara mutlak atau wajib dalam penggunaan karya sinematografi tersebut, baik itu dengan membeli/membayar atas pemanfaatan maupun penggunaan karya sinematografi pencipta. Bahkan dalam UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dalam Pasal 109 Angka 2 Pasal 4 Ayat (1) huruf h memaparkan dengan jelas:

“Royalti adalah suatu jumlah yang dibayarkan atau terutang dengan cara atau perhitungan apa pun, baik dilakukan secara berkala maupun tidak, sebagai imbalan atas: penggunaan atau hak menggunakan hak cipta di bidang kesusastraan, kesenian atau karya ilmiah, paten, desain atau model, rencana, formula atau proses rahasia, merek dagang, atau bentuk hak kekayaan intelektual/industrial atau hak serupa lainnya.”<sup>36</sup>

Lanjut pada ketentuan Pasal 9 ayat (1) poin b UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta menjelaskan bahwa hak ekonomi yang dimaksud pada Pasal 8 pencipta dan pemegang Hak Cipta berhak melakukan;<sup>37</sup>

- 1) penerbitan Ciptaan;

---

<sup>35</sup> Pasal 8 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>36</sup> Pasal 109 Angka 2 Pasal 4 Ayat (1) huruf h, UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

<sup>37</sup> Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

- 2) penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;
- 3) penerjemahan Ciptaan;
- 4) pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian Ciptaan;
- 5) pendistribusian Ciptaan atau salinannya;
- 6) pertunjukan Ciptaan;
- 7) pengumuman Ciptaan;
- 8) komunikasi Ciptaan; dan
- 9) penyewaan Ciptaan.

Dalam Pasal 9 ayat (3) kembali dijelaskan bahwa setiap orang dilarang mengcopy dan menggunakan ciptaan secara komersial tanpa izin pencipta atau pemegang Hak Cipta.<sup>38</sup>

“Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.”

Oleh karena itu, penyebaran sinematografi secara gratis apalagi digunakan untuk dikomersilkan melalui aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo ini yang dilakukan dengan pembajakan baik melalui aplikasi legal seperti Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, Maxstream, Genflix, Mola TV, WeTV, Iflix, Catchplay+, iQIYI, Tubi TV, Amazon Prime Video, Crunchyroll, Yidio, dan sebagainya itu ataupun pembajakan melalui *website* yang memang ilegal, dan ataupun merekam secara langsung di bioskop-bioskop lalu barulah para penyebar melakukan penyebaran karya sinematografi tersebut ke aplikasi Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok dan SnackVideo. Maka jelas perbuatan tersebut telah melanggar Pasal-Pasal di atas.

Walaupun praktik penyebaran sinematografi dilakukan menggunakan kuota data atau WiFi pribadi dalam penguduhan, hal ini membawa pelanggaran yang berturut-turut, tentu jelas apabila nanti para pengguna melakukan *streaming*/menonton seperti di aplikasi Telegram yang mengharuskan melakukan penguduhan terlebih dahulu yang secara otomatis serial drama, film, anime, kartun, atau *variety show* yang diunduh akan tersimpan di *smartphone*/laptop/komputer para pengguna, hal ini secara tidak langsung menimbulkan pelanggaran penggandaan yang dilakukan oleh para pengguna. Karenanya praktik penyebaran sinematografi sebagai sarang pelanggaran utama yang melanggar UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta dalam bentuk pelanggaran penyebaran, penggandaan serta melanggar hak eksklusif pencipta dan pemegang hak cipta karya sinematografi, terutama hak moral dan hak ekonomi mereka.

Seharusnya dengan adanya Undang-Undang yang mengatur tentang Hak Cipta ini bisa terimplementasikan dengan baik agar praktik penyebaran sinematografi sedikitnya dapat berkurang bahkan sebisanya dapat dihilangkan/diberantaskan, terutama di Indonesia sendiri fenomena ini banyak terjadi dan menjadi hal yang dianggap lumrah bagi kebanyakan orang awam.

---

<sup>38</sup> Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.



Sebagaimana melihat pada Pasal 56 ayat (1) dan (2) sebagai bentuk implementasi yang telah dilakukan oleh pemerintah terkait penyebaran sinematografi pada aplikasi media sosial, yaitu:<sup>39</sup>

- 1) Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang telekomunikasi dan informatika berdasarkan rekomendasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 ayat (3) dapat menutup konten, dan/atau hak akses pengguna yang melanggar Hak Cipta dan/atau Hak terkait dalam sistem elektronik dan menjadikan layanan sistem elektronik tidak dapat diakses.
- 2) Ketentuan lebih lanjut tentang pelaksanaan penutupan konten dan/atau hak akses pengguna yang melanggar Hak Cipta dan/atau Hak Terkait dalam sistem elektronik atau menjadikan layanan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh peraturan bersama Menteri dan menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang komunikasi dan informatika.”

Pemerintah yakni Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan Kementerian Hukum Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) serta Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) bekerja sama telah melakukan banyak pemblokiran akun, *channel*, grup, dan *website* yang merupakan wadah penyebaran sinematografi, sebagai bentuk keseriusan dalam menangani permasalahan tersebut. Dengan harapan besar semua kejahatan atas pelanggaran Hak Cipta yang marak terjadi setidaknya sekurang-kurangnya dapat berkurang. Walaupun sebenarnya peneliti sendiri merasa hal ini dirasa belum cukup efektif, karena terbukti masih banyaknya penyebaran sinematografi yang dilakukan di beberapa aplikasi media sosial seperti Telegram, Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok, dan SnackVideo. Pemaparan di atas sependapat dengan hasil penelitian skripsi maupun jurnal yang telah peneliti paparkan pada kajian pustaka.

Jika melihat pada ketentuan masa berlaku hak cipta ini sendiri khususnya karya sinematografi dilindungi baik hak moral, hak ekonomi, dan hak terkaitnya. Masa berlaku hak moral karya sinematografi tertuang jelas dalam Pasal 57 ayat (1) dan (2), bahwa hak moral Pencipta berlaku tanpa batas selama berlangsungnya jangka waktu hak cipta atas Ciptaan yang bersangkutan.<sup>40</sup> Begitupun dengan jelas pada Pasal 59 memaparkan masa berlaku hak ekonomi disebutkan pada ayat (1) huruf c bahwa karya sinematografi berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali dilakukan pengumuman.<sup>41</sup> Lanjut pada Pasal 61 ayat (1) dan (2) yang dimaksud sejak pertama kali dilakukan pengumuman yakni pengumuman bagian per bagian yang dihitung sejak tanggal pengumuman bagian yang akhir, sehingga jika ada lebih dari satu karya sinematografi maka dilakukan pengumumannya secara berkala dengan tidak bersamaan waktunya, karena setiap satu karya

---

<sup>39</sup> Pasal 56 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>40</sup> Pasal 57 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>41</sup> Pasal 59 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

sinematografi yang diumumkan dianggap sebagai satu karya ciptaan tersendiri.<sup>42</sup>

Sedangkan mengenai masa berlaku hak terkait pada hak moral dalam Pasal 62 berlaku penyesuaian seperlunya (*mutatis mutandis*)<sup>43</sup> dan hak ekonomi dalam Pasal 63 ayat (1) huruf a, b, c dan ayat (2) memaparkan masa berlaku hak ekonomi pelaku pertunjukan, produser fonogram, dan lembaga penyiaran; pelaku pertunjukan berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertunjukannya difiksasi dalam fonogram atau audiovisual, produser fonogram berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak fonogramnya difiksasi, lembaga penyiaran berlaku selama 20 (dua puluh) tahun sejak karya siarannya pertama kali disiarkan. Masa berlaku hak ekonomi pelaku pertunjukan, produser fonogram, dan lembaga penyiaran ini dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.<sup>44</sup>

Dalam hal ini, maka karya sinematografi dapat menjadi domain publik setelah masa berlaku ketentuannya telah habis, barulah siapa saja dapat menikmati tanpa harus membeli sebuah karya sinematografi, bahkan siapa saja boleh menyebarkan karya sinematografi tersebut di media sosial tidak ada batasan terkait penyebarannya. Artinya karya sinematografi tersebut bebas untuk disebar, diedit, dimodifikasi atau bahkan mengklaim karya sinematografi tersebut sebagai milik pribadi tanpa perlu izin dari siapapun sehingga tidak perlu takut akan adanya tindakan pelanggaran dan penenaan sanksi hukuman.

Namun, perlu diingat bahwa hak moral Pencipta tetap harus dilindungi, walaupun masa berlaku hak ciptanya telah habis. Seperti hak untuk diakui sebagai Pencipta setidaknya tetap harus mencantumkan nama Pencipta, hak untuk melarang perubahan yang dianggap dapat merusak reputasi atau martabat Pencipta, dan hak untuk melarang atribusi Pencipta berhak melarang orang lain menyatakan bahwa karya ciptanya adalah ciptaan orang lain. Secara umum, tidak ada ketentuan lain yang membatasi penyebaran karya sinematografi yang telah memasuki domain publik. Karenanya, meskipun bebas untuk menggunakan karya sinematografi domain publik tanpa izin, kita tetap harus menghormati hak moral Pencipta. Hak ini termasuk mencantumkan nama mereka sebagai Pencipta jika memungkinkan dan tidak melakukan perubahan pada karya yang dapat merusak reputasi Pencipta.

## 2. Analisis Sanksi Hukum Bagi Para Penyebar Sinematografi Melalui Media Sosial

Berikut analisis mengenai sanksi hukum yang seharusnya didapatkan oleh para penyebar yang tidak bertanggung jawab atas penyebaran karya sinematografi melalui media sosial yang dilihat berdasarkan perspektif fikih muamalah dan Undang-Undang Hak Cipta yakni UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

### a. Perspektif Fikih Muamalah

Dalam lingkup fikih muamalah, yang merupakan bagian dari fikih yang mempertimbangkan aturan-aturan yang berlaku dalam kehidupan ekonomi dan sosial,

---

<sup>42</sup> Pasal 61 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>43</sup> Pasal 62 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>44</sup> Pasal 63 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

penyebaran karya sinematografi di *platform* media sosial bisa dipahami dari sudut pandang transaksi dan kepemilikan hukum. Transaksi di sini merujuk pada semua jenis perdagangan atau pertukaran yang melibatkan barang atau jasa, sedangkan hak kepemilikan berkaitan erat dengan hak cipta yang memproteksi karya-karya intelektual.

Karenanya dalam penyebaran karya sinematografi di media sosial, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan, seperti mendapatkan izin dan memberikan pembayaran royalti kepada pemilik hak cipta. Fikih muamalah menegaskan urgensi kesetaraan dalam bertransaksi, sehingga penyebaran karya sinematografi tanpa izin atau tanpa membayar royalti bisa dianggap sebagai pelanggaran terhadap prinsip kesetaraan dalam Islam.

Sebenarnya pembahasan mengenai sanksi/hukuman dalam konteks fikih muamalah terhadap penyebaran sinematografi tidak bisa ditetapkan secara pasti hukuman atau sanksi apa yang seharusnya didapatkan oleh para penyebar. Karena fikih muamalah adalah konsep ilmu dari syariat Islam yang berfokus pada pengaturan mengenai transaksi, bisnis, hubungan komersial antar manusia, dan aspek keadilan dalam kegiatan ekonomi berbasis syariah.

Meskipun dalam fikih muamalah tidak secara eksplisit menyebutkan secara jelas sanksi denda, hukuman penjara atau kurungan sanksi hukuman yang harus didapatkan oleh para penyebar. Namun, karena salah satu tujuan syariat Islam (*maqasid al-syari'ah*) adalah menjaga hak kepemilikan harta (*hifdz al-mal*), yang termasuk kebutuhan *dharuri* setiap manusia. Perlindungan hak cipta masuk sebagai *maslahah daruriyah* karena hak cipta adalah *al-maal* dan perlindungan hak cipta sama dengan perlindungan terhadap *al-maal* lainnya yang disebut *al-daruriyyat al-khamsyah*. Negara juga bertanggung jawab untuk melindungi hak cipta dari segala bentuk pelanggaran. Hak utama untuk melindungi pemilik cipta dalam hal ini adalah partisipasi pemerintah.

Karena itu, ketika Islam mengakui hak cipta sebagai salah satu hak kepemilikan harta, maka kepemilikan akan dilindungi seperti harta benda lainnya. Pertama, tidak boleh mengambil harta orang lain secara batil. Larangan untuk "memakan" karya intelektual orang lain dalam konteks hak cipta. Larangan ini ditemukan baik dalam al-Qur'an maupun Hadits, khususnya dalam surah Al-Baqarah ayat 188. Ayat tersebut jelas melarang setiap orang untuk mengambil atau mengambil harta orang lain secara tidak sah. Bahkan hal ini ditegaskan kembali dalam surah as-Syu'ara' ayat 183. Hal ini relevan dengan fenomena penyebaran sinematografi yang dilakukan oleh para penyebar melalui media sosial, orang lain tidak diperbolehkan mengambil keuntungan dari harta orang lain.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penetapan sanksi terhadap penyebaran sinematografi yang dilakukan oleh para penyebar berdasarkan fikih muamalah hal ini mengikuti serta menyesuaikan kembali pada kebijakan pemerintah, karena hak cipta yakni sinematografi masuk dalam *al-daruriyyat al-khamsyah hifz al-maal* bahwa perlindungan hak cipta mengenai sanksi hukumnya melibatkan negara dalam menjamin pemeliharannya dari segala tindakan yang merugikan pemiliknya (pencipta dan pemegang hak cipta).

#### b. Perspektif Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Dalam lingkungan hukum hak cipta, peraturan-peraturan hak cipta memiliki peranan yang penting dalam menjaga hak-hak pencipta, termasuk di dalamnya sinematografi. Peraturan hak cipta menetapkan berbagai peraturan yang terkait dengan penggunaan, reproduksi, dan distribusi karya-karya tersebut. Pelanggaran atas peraturan hak cipta bisa berujung pada konsekuensi hukum, seperti denda gugatan perdata atau bahkan penuntutan pidana, tergantung pada tingkat pelanggaran dan ketentuan yang berlaku.

Indonesia sebagai negara hukum yang memiliki aturan yakni undang-undang yang mengatur segala tingkah laku masyarakatnya, seperti salah satunya adanya undang-undang mengenai hak cipta ini yang mengatur segala aturan seputar Hak Cipta terhadap pelanggaran penyebaran karya sinematografi milik pencipta yang disebar oleh para penyebar melalui media sosial secara gratis bahkan sengaja untuk dikomersilkan.<sup>45</sup>

Tujuan utama undang-undang hak cipta adalah untuk melindungi karya intelektual dari penggunaan yang tidak sah. Sinematografi yang dibagikan di media sosial tanpa izin pencipta dan pemegang hak cipta dapat merugikan pemilik asli karya tersebut. Undang-Undang Hak Cipta memberikan dasar hukum untuk memberlakukan sanksi yang tepat sebagai tanggapan atas pelanggaran tersebut.

Jika seseorang menyebarkan karya sinematografi yang dilindungi hak cipta di media sosial tanpa izin, mereka dapat dikenakan sanksi pidana atau sanksi perdata. Sanksi pidana maupun sanksi perdata diberikan oleh keputusan pengadilan seperti hukuman penjara, kurungan, denda, atau ganti rugi. Dalam hal ini, lembaga yang berwenang andil dalam memberikan sanksi yakni Badan Hak Cipta Indonesia yakni Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang bekerjasama dengan Kementerian Hukum Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) serta Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), seperti berupa teguran tertulis, peringatan, penghentian penyebaran karya, atau bahkan pencabutan hak eksploitasi karya.

Sanksi ini diberikan dengan tujuan untuk menghukum setiap orang yang melanggar hak cipta dan mendorong orang lain untuk mematuhi hukum hak cipta. Selain itu, sanksi ini dimaksudkan untuk melindungi kepentingan pemilik asli karya dan mendorong penggunaan hak cipta secara adil yang sesuai dengan prinsipnya. Untuk menetapkan sanksi yang tepat dalam kasus ini, niat pelaku, kerugian yang ditimbulkan oleh pelanggaran hak cipta, dan elemen lain yang relevan perlu dipertimbangkan secara menyeluruh.

Melihat sanksi-sanksi yang tertuang dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta tersebut yang telah dipaparkan sebelumnya dapat dikatakan telah jelas dan tegas sanksi yang ditetapkan. Namun, karena banyaknya penyebaran karya sinematografi yang telah disebar di beberapa media sosial Telegram, Facebook, YouTube, Twitter,

---

<sup>45</sup> J. Widodo, "Hak Cipta dan Pelanggaran Penyebaran Karya Sinematografi di Media Sosial: Perspektif Hukum di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, Vol. 10, No. 2 (2023), h. 123.

Instagram, TikTok dan SnackVideo ini, upaya perlindungan hukum yang diberikan hanya bisa langsung ditangani oleh pihak Peradilan dengan adanya delik aduan yang harus dilakukan oleh para Pencipta atau Pemegang Hak Cipta terlebih dahulu dengan mengajukan gugatan perdata ataupun tuntutan pidana, seperti yang tertuang pada Pasal 120 yang telah dipaparkan sebelumnya serta pada Pasal 105 dan Pasal 95 ayat (1): “Hak untuk mengajukan gugatan keperdataan atas pelanggaran Hak Cipta dan/atau Hak Terkait tidak mengurangi Hak Pencipta dan/atau pemilik Hak Terkait untuk menuntut secara pidana.”<sup>46</sup> “Penyelesaian sengketa Hak Cipta dapat dilakukan melalui alternatif penyelesaian sengketa, arbitrase, atau pengadilan.”<sup>47</sup>

Ada beberapa proses terlebih dahulu dalam penyelesaian sengketa hak cipta ini sebelum masuk pada tahap pengadilan yakni penyelesaian sengketa melalui arbitrase dengan cara mediasi, jika tidak mendapat titik temu jalan keluar barulah dapat diselesaikan melalui jalur pengadilan, dengan menggugat secara perdata atau menuntut pidana, sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan pelaku.

#### 1) Sanksi Perdata

Sanksi hukum ini seperti yang telah dipaparkan di atas sebelumnya pada Pasal 99 ayat (1): “Pencipta, Pemegang Hak Cipta, atau pemilik Hak Terkait berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada Pengadilan Niaga atas pelanggaran Hak Cipta atau produk Hak Terkait.”

Jika pencipta ataupun pemegang hak cipta merasa dirugikan, mereka berhak meminta ganti rugi. Ganti rugi tersebut akan diproses dan kemudian diputuskan oleh Pengadilan Niaga terkait perkara tersebut. “Pencipta, pemegang Hak Cipta dan / atau pemegang Hak Terkait atau ahli warisnya yang mengalami kerugian hak ekonomi berhak memperoleh Ganti Rugi.”<sup>48</sup>

Sesuai dengan pasal 96 ayat (3) tahun 2014, pengadilan akan memberi pelanggaran hak cipta waktu enam bulan untuk membayar ganti rugi tidak langsung pada hari putusan tersebut.

#### 2) Sanksi Pidana

Sanksi hukum ini seperti yang telah dipaparkan di atas sebelumnya pada Pasal 112 mengatur cara menjaga informasi karya cipta tetap orisinal. Dijelaskan pula dalam Pasal 113 ayat (3) bahwa setiap individu yang melanggar hak ekonomi pencipta sebagaimana disebutkan dalam pasal 9 ayat (3) huruf a, huruf b, huruf e, dan atau huruf g penggunaan secara komersial akan dipidana dengan pidana penjara paling lama empat tahun dan atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milyar rupiah), bahkan sanksi ini lebih diberatkan lagi pada pasal lanjutannya di ayat (4), apabila

---

<sup>46</sup> Pasal 105 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>47</sup> Pasal 95 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

<sup>48</sup> Pasal 96 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

terbukti pelanggaran pada ayat (3) memenuhi unsur pembajakan.

Lalu pada Pasal 117 sampai dengan Pasal 118 yang telah dipaparkan sebelumnya di atas, semua Pasal-Pasal tersebut saling berkaitan satu sama lain. Dalam hal ini, di Indonesia, hukum tidak langsung menangani masalah ini. Oleh karena itu, fenomena penyebaran sinematografi yang dilakukan oleh para penyebar di aplikasi media sosial, pihak yang dirugikan atau pemilik cipta (pencipta dan pemegang hak cipta) yang harus melaporkan kepada pemerintah baik itu berupa gugatan perdata atau tuntutan pidana. Karena jika tidak adanya delik aduan Undang-Undang peraturan tersebut tidak akan memiliki kekuatan dan tidak dapat diproses.

Setelah peneliti baca dan pahami dengan seksama semua sanksi yang termaktub pada UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta ini dikhususkan bagi para pelaku yang menyebarkan sinematografi untuk dikomersialkan, sedangkan pada hasil penelitian peneliti mendapatkan banyak dari beberapa pelaku yang menyebarkan sinematografi tersebut secara gratis namun dengan tujuan keuntungan untuk mendapatkan banyak *followers/anggota/subscribers* dll yang nantinya barulah para pelaku dapat menerbitkan iklan, *endors*, penjualan akun, serta sebagainya sehingga mendapatkan royalti. Tentu keduanya dapat disamakan, baik itu penyebaran yang disebar secara gratis maupun komersial, karena sinematografi yang disebar didapatkan secara ilegal serta keduanya memiliki tujuan sama yakni adanya hak ekonomi atau royalti yang didapatkan dari penggunaan karya sinematografi tersebut.

Namun, yang menjadi permasalahannya adalah sulit mengidentifikasi siapa pelaku penyebaran karya sinematografi tersebut, dikarenakan penyebaran tersebut dilakukan secara *online* dan identitas yang digunakan oleh para pelaku adalah anonim, sehingga sulit diidentifikasi. Hal inilah yang menjadi kendala terbesar dalam penanganan fenomena tersebut. Padahal pemerintah telah menuangkan secara jelas pada Pasal 54 UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta sebagai upaya antisipasi terhadap pelanggaran Hak Cipta yang terjadi dalam teknologi informasi dan komunikasi,<sup>49</sup> hal inilah yang penulis kaitkan dengan pelanggaran Hak Cipta pada penyebaran karya sinematografi di beberapa aplikasi media sosial.

Untuk mencegah pelanggaran Hak Cipta dan Hak Terkait melalui sarana berbasis teknologi informasi, Pemerintah berwenang melakukan:

- 1) pengawasan terhadap pembuatan dan penyebarluasan konten pelanggaran Hak Cipta dan Hak Terkait;
- 2) kerja sama dan koordinasi dengan berbagai pihak, baik dalam maupun luar negeri dalam pencegahan pembuatan dan penyebarluasan konten pelanggaran Hak Cipta dan Hak Terkait; dan

---

<sup>49</sup> Regent dkk, "Pelanggaran Hak Cipta Sinematografi di Indonesia: Kajian Hukum Perspektif *Bern Convention* dan Undang-Undang Hak Cipta," *ILREJ: Indonesia Law Reform Journal*, Vol. 1, No. 1, Maret (2021), h. 114..



3) pengawasan terhadap tindakan perekaman dengan menggunakan media apapun terhadap Ciptaan dan produk Hak Terkait di tempat pertunjukan.”<sup>50</sup>

Maksud dari Pasal di atas telah jelas tertuang bahwa Undang-Undang Hak Cipta ini mengakomodir setiap pelanggaran dalam bentuk media apapun seperti penyebaran sinematografi di media sosial salah satunya. Seperti halnya pemerintah melalui Kemenkominfo yang aktif dalam melindungi hak cipta di seluruh media-media terkait, Dengan sudah banyak memblokir akun, channel, atau grup para penyebar karya sinematografi yang bekerja sama dengan Kementerian Hukum dan HAM.

Tetapi tetap saja para pelaku masih banyak yang berulah melakukan penyebaran sinematografi di beberapa media sosial dengan sangat berhati-hati melakukan pengelabuan seperti identitas akun yang dibuat anonim, *channel* atau grup yang dibuat melalui *link to link* begitupun dengan karya sinematografi yang disebar banyak *link* yang harus diklik terlebih dahulu barulah nanti para penonton dapat menonton serial drama, film, anime, kartun, dan acara *variety show* yang diinginkan. Bahkan banyak juga serial drama, film, anime, kartun, dan acara *variety show* diedit ulang dengan ditambah lagu maupun *dubbing* sehingga tidak terdeteksi oleh Kemenkominfo.

Dapat peneliti simpulkan hal inilah yang sulit dan menjadi kendala besar dalam pemberantasan fenomena ini, karena sulitnya mengetahui siapa pelaku penyebar sinematografi melalui media sosial tersebut, bagaimana dapat menjatuhkan sanksi hukuman. Bahkan penetapan sanksi hukuman tidak dapat berjalan tanpa adanya delik aduan dari pencipta maupun pemegang hak cipta. Undang-Undang peraturannya telah jelas dan tegas, namun pelaku penyebar yang menyebarkan senimatografi di media sosialnya sulit ditemukan karenanya pencipta maupun pemegang hak cipta tidak dapat mengajukan delik aduan dan sanksi hukuman yang telah tertuang dalam Undang-Undang Hak Cipta tidak dapat berjalan.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dari penelitian ini, berikut yang bisa diambil menjadi kesimpulan:

1. Hukum praktik penyebaran sinematografi tanpa persetujuan/izin dari pencipta dan pemegang hak cipta melalui media sosial secara gratis bahkan sengaja untuk dikomersilkan dalam perspektif fikih muamalah hukumnya haram atau tidak sah karena karya sinematografi yang dihasilkan adalah ilegal dan dapat mengakibatkan kerugian bagi pihak tertentu yakni para pencipta dan pemegang Hak Cipta karya sinematografi tersebut. Sedangkan dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta hal tersebut merupakan ilegal karena hal ini memiliki indikasi jelas melanggar hak moral dan hak ekonomi pencipta dan pemegang Hak Cipta seperti yang tertuang pada Pasal 4, yang

---

<sup>50</sup> Pasal 54 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

merugikan pencipta, pemegang hak cipta, bahkan negara juga yang seharusnya mendapatkan pajak atas penghasilan dari pemanfaatan/penggunaan karya sinematografi tersebut.

2. Mengenai sanksi hukum penetapan sanksi terhadap penyebaran sinematografi yang dilakukan oleh para penyebar berdasarkan fikih muamalah hal ini mengikuti serta menyesuaikan kembali pada kebijakan pemerintah, karena hak cipta yakni sinematografi masuk dalam al-daruriyyat al-khamsyah hifz al-maal bahwa perlindungan hak cipta mengenai sanksi hukumnya melibatkan negara dalam menjamin pemeliharannya dari segala tindakan yang merugikan pemiliknya (pencipta dan pemegang hak cipta). Sedangkan dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta mengenai sanksi hukuman dan proses tahapannya yang dilakukan oleh para penyebar telah tertuang secara jelas dalam Bab XIV Penyelesaian Sengketa, Bab XV Penetapan Sementara Pengadilan, Bab XVI Penyidikan, dan Bab XVII Ketentuan Pidana, tepatnya untuk sanksi perdata terdapat dalam Pasal 96 dan Pasal 99. Untuk sanksi pidana terdapat dalam Pasal 112 sampai Pasal 120. Dalam hal ini pihak yang dirugikan atau pemilik cipta (pencipta dan pemegang hak cipta) yang harus melaporkan (delik aduan) kepada pemerintah baik itu berupa gugatan perdata atau tuntutan pidana. Karena jika tidak adanya delik aduan Undang-Undang peraturan tersebut tidak akan memiliki kekuatan dan tidak dapat diproses.

## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an

Departemen Agama RI. (2011). *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Cetakan, Widya Cahaya).

Kementerian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Edisi Penyempurnaan).

### Buku

Al-Nadwi, Ali Ahmad. (1998). *Qawa'id Fiqhiyah*, (Beirut : Dar al Qalam), h. 253.

Arfan, Abbas. (2022). *99 Kaidah Fiqh Muamalah Kulliyah*, (Malang: UIN-Maliki Press), h. 172-173.

Arianti, Farida. (2019). *Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Prenadamedia Group, Cet. Ke-1, Juli), h. 9.

Atsar, Abdul. (2018). *Mengenal Lebih Dekat Hukum Kekayaan Intelektual*, (Sleman: CV. Budi Utama, April), h. 2.

Butarbutar, Elisabeth Nurhaini. (2018). *Metodologi Penelitian Hukum*, (Bandung: PT. Refika Aditsama, Agustus), h. 74.

Djazuli, H.A. (2011). *Kaidah-Kaidah Fiqh : Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Praktis*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, Cet. IV), h. 130.

Hidayah, Khoirul. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Malang: Setara Press, Februari), h. 31.

- Hidayat, Rahmat. (2020). *Pengantar Fikih Muamalah*, (Medan: UIN Sumatera Utara), h. 20.
- Hutari, Fandy. (2017). *Hiburan Masa Lalu dan Tradisi Lokal: Kumpulan Esai Seni, Budaya, dan Sejarah Indonesia*, (INSIST Press : Yogyakarta), h. 105.
- Mujiyono dan Feriyanto. (2017). *Memahami dan Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual*, (Yogyakarta: Sentra HKI UNY, April), h. 1.
- Pane, Ismail, dkk. (2022). *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, Januari), h. 6.
- Raihan, dkk. (2023). *Prinsip Keadilan dan HAM dalam Pembatasan Hak Cipta di Ruang Publik*, (Yogyakarta : Deepublish Digital), h. 30.
- Solikin, Nur. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media), h. 58.
- Sudiarti, Sri. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (FEBI UIN-SU Press, Oktober), h. 4.
- Syafe'i, Rachmat. (2022). *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, Cet. Ke-9, Oktober), h. 13.

### Skripsi dan Jurnal

- Efendi, Erfan. (2019). "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Film Akibat *Remake* Pada Media Youtube Perspektif Fiqh Muamalah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta," Universitas Islam Negeri KHAS Jember.
- Andreas, Gertrud Felita Maheswari, dkk. (2024). "Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta pada Situs Streaming Ilegal (Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta)," *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 3, No. 1, Januari, h. 382.
- Danaher, Brett dan Joel Waldfogel. (2020). "Reel Piracy: The Effect of Online Film Piracy On Internasional Box Office Sales," *University of Minnesota and NBER*, Vol. 29, No. 6, h. 3.
- Ferdiana, dkk. (2023). "Analisis Yuridis Pembajakan Drama Korea di Aplikasi Telegram," *Tanjung Legal Review*, Vol. 1, Issue. 2, Mei, h. 167.
- Permata Sari, Rika dan Assyari Abdullah. (2020). "Analisis Isi Penerapan Teknik Sinematografi Video Klip Monokrom," *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK)*, Vol. 1, No. 6, Januari, h. 419.
- Rahmatullah, Syukri dan Retna Eni Dwi Yuliati. (2022). "Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif," *Jurnal Studi Jurnalistik*, Vol. 4, No. 2, h. 48.
- Ramadhan, Galih Dwi. (2021). "Ruang Lingkup Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Video Game," *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, Vol. 4, No. 2, h. 2.
- Regent, dkk. (2021). "Pelanggaran Hak Cipta Sinematografi di Indonesia: Kajian Hukum Perspektif *Bern Convention* dan Undang-Undang Hak Cipta," *ILREJ: Indonesia Law Reform Journal*, Vol. 1, No. 1, h. 114.
- Ridwan, Muhammad. (2023). "Perlindungan Hak Cipta Atas Karya Kreatif di Era Digital," *Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 38, No. 3, September, h. 2-3.
- Rizal, Fitra. (2020). "Nalar Kritis Pelanggaran Hak Cipta dalam Islam," *Al-Manhaj: Jurnal Hukum*

- dan *Pranata Sosial Islam*, Vol. 2, No. 1, h. 11.
- Ropei, Ahmad dan Endah Robiatul Adaiyah. (2020). "Formulasi Hukum Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kerangka Maqoshid As-Syari'ah," *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 04, No. 2, Desember, h. 169.
- Rusdan. (2022). "Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah dan Penerapannya Pada Kegiatan Perekonomian," *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan dan Kajian Keislaman*, Vol. XV, No. 2, Desember, h. 212.
- Sarah, Aljiel, dkk. (2023). "Analisis Streaming Film Gratis melalui Telegram berdasarkan Fiqh Muamalah dan UU Hak Cipta," *Unisba Press: Jurnal Riset Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1, Juni, h. 11.
- Setiawan, A dkk. (2023). "The Evolution of Television from Black and White to Color," *Journal of Media Studies*, Vol. 23, No. 1, h. 2.
- Setiawan, A dkk. (2023). "The Use of Streaming Apps for Foreign Language Learning: A Comparative Study of Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, Maxstream, Genflix, Mola TV, WeTV, Iflix, Catchplay+, iQIYI, Tubi TV, Amazon Prime Video, Crunchyroll, and Yidio," *Language Learning and Technology (LLT)*, Vol. 23, No. 1, h. 5.
- Setiawan, A. dkk. (2023). "Sinematografi: Pengertian, Jenis, dan Unsur-Unsur," *Jurnal Komunikasi*, Vol. 22, No. 1, h. 3.
- Setiawan, A. dkk. (2023). "Tren Menonton Film Melalui Platform Online," *Jurnal Komunikasi*, Vol. 22, No. 1, h. 3.
- Sutrahitu, Martha Elizabeth, dkk. (2021). "Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta terhadap Pelanggaran Melalui Aplikasi Telegram," *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1, No. 4, h. 350.
- Taufiq. (2018). "Memakan Harta Secara Batil (Perspektif Surat AN-Nisa: 29 dan At-Taubah: 34)," *Jurnal Ilmiah Syari'ah*, Vol. 17, No. 2, Juli-Desember, h. 250.
- Wibowo, Muhammad Kurniawan Budi. (2018). "Teori Keadilan Dalam Perspektif Filsafat Hukum dan Islam," *Mamba'ul 'Ulum*, Vol. 14, No. 2, Oktober, h. 29.
- Widodo, J. (2023). "Hak Cipta dan Pelanggaran Penyebaran Karya Sinematografi di Media Sosial: Perspektif Hukum di Indonesia," *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, Vol. 10, No. 2, h. 123.
- Willaert, Tom. (2023). "A Computational Analysis of Telegram Narrative Affordances," *Journal Plos One*, Vol. 18, No. 11, November, h. 3.

## Peraturan

Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2003 Tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

## Artikel

Adinda Permatasari, "Dalam 10 Bulan, Penonton Streaming Bajakan Menurun 55 Persen,"

KOMINFO, 17 Juli 2020, diakses 12 Desember 2023, *Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo.go.id)*.

Ali Hakim, “Di Balik Layar: Bagaimana Pembajakan Film Indonesia,” *Kompas.com*, 09 Maret 2020, diakses 12 Desember 2023, *Di Balik Layar: Bagaimana Pembajakan Digital Melukai Industri Film Indonesia Halaman all - Kompas.com*.

The Global Statistics The Data Expert, “Indonesia Social Media Statistics 2024 Most Populer Platforms,” *www.theglobalstatistics.com*, 02 Januari 2024, diakses 25 Januari 2024, *Indonesia Social Media Statistics 2024 | Most Popular Platforms – The Global Statistics*.