

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

Oleh:

Ni Putu Leilani Putri Sukarsa¹

Putri Triari Dwijyanthi²

Universitas Udayana

Alamat: JL. Raya Kampus Unud, Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan,
Kabupaten Badung, Bali (80361).

Korespondensi Penulis: leilanisukarsa@gmail.com, putritriari@unud.ac.id.

Abstract. *This article aims to examine the form of legal protection for the use of excerpts from cinematographic works in advertisements, with a particular focus on intellectual property rights, especially copyright. In the digital era, which enables the rapid and widespread distribution of content, copyright infringement has become an increasingly complex and difficult issue to control, including in cases involving the unauthorized use of cinematographic works. This study employs a normative legal research method with statutory and conceptual approaches. The legal materials used consist of primary legal sources in the form of legislation related to copyright, as well as secondary legal sources such as books, journals, and other relevant academic publications. The analysis shows that the use of cinematographic work excerpts in advertisements without permission constitutes a copyright violation, as regulated in Article 40(1)(m) of the Copyright Law and Article 32(1) of the Electronic Information and Transactions (ITE) Law. Challenges in enforcing copyright law include low public legal awareness, difficulties in proving digital violations, and the lack of adequate monitoring and enforcement in the digital space.*

Keywords: *Cinematographic Work, Copyright, Digital, Legal Protection.*

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

Abstrak. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap penggunaan cuplikan karya sinematografi yang dijadikan bagian dari iklan, dengan fokus pada perspektif kekayaan intelektual, khususnya Hak Cipta. Di era digital yang memudahkan penyebaran konten secara cepat dan luas, pelanggaran hak cipta menjadi isu yang semakin kompleks dan sulit dikendalikan, termasuk dalam konteks penggunaan cuplikan karya sinematografi tanpa izin dari pemegang hak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan terkait Hak Cipta, serta bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal, dan publikasi ilmiah lainnya yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan cuplikan karya sinematografi dalam iklan tanpa izin merupakan pelanggaran hak cipta, sebagaimana diatur dalam Pasal 40 ayat (1) huruf m UU Hak Cipta dan Pasal 32 ayat (1) UU ITE. Tantangan dalam penegakan hukum meliputi rendahnya kesadaran hukum masyarakat, kesulitan pembuktian pelanggaran di ranah digital, serta minimnya pengawasan dan penegakan di ruang digital.

Kata Kunci: Digital, Hak Cipta, Karya Sinematografi, Perlindungan Hukum.

LATAR BELAKANG

Drama korea pada dasarnya ialah suatu budaya kesenian yang berasal dari drama televisi di Korea yang dipertunjukkan dalam bentuk mini seri yang mengangkat berbagai cerita tentang kehidupan masyarakat Negeri Ginseng tersebut, baik berupa cerita fiksi ataupun non-fiksi.¹ Drama korea atau K-drama umumnya didasarkan pada kisah romantis, fakta sejarah yang mengisahkan cerita-cerita nyata dari komedi, drama keluarga, *thriller*, masa lalu, atau gabungan dari beberapa kategori tersebut. K-drama merupakan tontonan populer tidak hanya di negara asalnya, namun hingga ke negara-negara lainnya, termasuk Indonesia. Ketenaran K-drama ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena gelombang Korea atau *Korean wave (hallyu)*. *Hallyu* merupakan gejala universal yang ditandai dengan pesatnya perkembangan dan penyebaran produk-produk

¹Rahmad Ramadhan, Ridwan Hadi, and Galuh Septian Fajri, "Pengaruh Drama Korea Terhadap Etika Dan Gaya Hidup Mahasiswa Semester VI Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 6, no. 2 (2022): 14233–14242.

Korea ke berbagai belahan dunia, mulai dari Asia hingga Eropa serta Amerika.² Fenomena *hallyu* terjadi karena Korea Selatan terus melebarkan budaya-budayanya dengan inovasi produk yang berhasil mendominasi dan sukses di tingkat dunia.³

Salah satu K-drama yang mencuri perhatian masyarakat khususnya di Indonesia adalah drama *Queen of Tears*, yang berisi permasalahan keluarga dan cerita romansa yang sarat akan emosi. Selain alur ceritanya yang menarik, penggambaran karakter yang kompleks juga berhasil dibawakan oleh Kim Soo-Hyun yang memerankan Baek Hyun-woo dan Kim Ji-Won yang memerankan Hong Hae-in.⁴ Korean drama ini memiliki total 16 episode dengan durasi per episode kurang lebih selama 1 jam 30 menit dengan cerita yang penuh intrik dan drama dengan mengangkat tema-tema kesetiaan, kepercayaan, penghinatan, kekeluargaan, hingga kekuasaan.

Saking viralnya, cuplikan drama *Queen of Tears* tersebut tersebar di mana-mana dan menjadi pembicaraan hangat bagi masyarakat Indonesia. K-drama ini sangat ramai digandrungi oleh penggemarnya yang mayoritas berusia remaja. Akibat dari *booming*-nya K-drama *Queen of Tears*, tak sedikit yang memanfaatkan ketenaran drama ini untuk kepentingan dan tujuan masing-masing. Hal ini juga tak luput dimanfaatkan oleh perusahaan yang ingin mengambil keuntungan dari K-drama ini, salah satunya adalah perusahaan Lion Parcel yang menggunakan cuplikan drama *Queen of Tears* untuk bahan iklan perusahaannya.

Lion Parcel ialah perusahaan yang bergulir pada bidang jasa, yaitu jasa kurir atau pengiriman paket atau barang ke seluruh Indonesia hingga internasional, menggunakan akomodasi pesawat Lion Group. Perusahaan yang berdiri di bawah naungan PT Lion Express ini adalah perusahaan logistik, dibangun sejak 14 Februari 2013, serta menawarkan pelayanan *first mile*, *middle mile*, dan *last mile*, baik untuk pengiriman dalam negeri ataupun antar negara. Sampai saat ini, Lion Parcel memiliki lebih dari tujuh ribu agen, 15 ribu kurir pengiriman, dan tiga ribu armada, dengan jaringan pengiriman

² Jusmalia Oktaviani and Teguh Puja Pramadya, "Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan," *Insignia Journal of International Relations* 8, no. 1 (2021): 87-100.

³ Catherine Valenciana and Jetie Kusmiati Kusna Pudjibudojo, "Korean Wave; Pop Culture Phenomenon to Millennial Youth in Indonesia," *Jurnal Diversita* 8, no. 2 (2022): 205-214.

⁴ Tussa Ayudia Fatuhana, 2024, "Menariknya *Queen of Tears*: Mematahkan Konvensi untuk Romansa K-Drama," *Jurno.id*, retrieved from: <https://jurno.id/jurnopedia/menariknya-queen-of-tears-mematahkan-konvensi-untuk-romansa-k-drama>, diakses pada 11 Mei 2025.

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

yang menjangkau 34 provinsi di Indonesia.⁵ Lion parcel memiliki beberapa fitur unggulan yang dapat digunakan oleh pengguna layanannya, di antaranya fitur *live tracking* yang dapat diakses melalui aplikasi Lion Parcel pada *smartphone* dan fitur penjemputan barang langsung ke kediaman *customer*, sehingga *customer* tidak perlu pergi ke kantor cabang Lion Parcel untuk mengirimkan barang.⁶

Selain fitur-fitur unggulan tersebut, dalam mempromosikan atau memasarkan jasanya, Lion Parcel tak ingin ketinggalan memanfaatkan tren yang sedang berkembang di Indonesia, yaitu K-drama *Queen of Tears*. Salah satu iklan Lion Parcel yang berbentuk video menggunakan cuplikan drama *Queen of Tears* yang diedit dengan sedemikian rupa, sehingga seolah-olah salah satu karakter dalam K-drama tersebut sedang menggunakan jasa Lion Parcel. Iklan tersebut mempromosikan fitur unggulan Lion Parcel, yaitu COD ongkir atau pembayaran ongkos kirim secara kontan dari *customer* untuk kurir paket. Cuplikan drama yang digunakan adalah potongan video dari episode 16 bagian pertengahan, tepatnya mulai detik ke 1:03:29.

Iklan tersebut diunggah ke berbagai media sosial milik Lion Parcel, antara lain Instagram, TikTok, dan Youtube. Lion Parcel pertama kali mengunggah iklan tersebut ke *platform* Instagram Reels dengan nama akun @lionparcelid pada 29 April 2024, dan mendapatkan total 65 ribu penonton.⁷ Kemudian iklan tersebut diunggah ke akun Tiktok Lion Parcel dengan nama akun @lionparcelid pada 30 April 2024, dan mendapatkan 12,5 ribu penonton.⁸ Terakhir, Lion Parcel mengunggah iklan tersebut ke Youtube Shorts dengan nama akun @lionparcelid pada 8 Mei 2024 dan meraih sebanyak 116 penonton.⁹

Penggunaan cuplikan video K-drama untuk kepentingan iklan merupakan salah satu langkah strategis dan kreatif untuk mendukung *marketing* atau promosi sebuah perusahaan. Namun, dalam praktiknya, langkah ini tentunya harus tetap memperhatikan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku, salah satunya adalah bagaimana prosedur yang

⁵ Lion Parcel, "Tentang Lion Parcel," Lionparcel.com, retrieved from: <https://lionparcel.com/about>, diakses pada 11 Mei 2025.

⁶ Sofia Lababa, "Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan," *Universitas Islam Malang*, 2021.

⁷ Lion Parcel, 2024, Instagram.com, retrieved from: <https://www.instagram.com/reel/C6WOO0mPIPd/?igsh=MWd1anlpNDFhYXJwbG==>, diakses pada 11 Mei 2025.

⁸ Lion Parcel, 2024, Tiktok.com, retrieved from: <https://vt.tiktok.com/ZSYJHgs1h/>, diakses pada 11 Mei 2025.

⁹ Lion Parcel, 2024, Youtube.com, retrieved from: <https://youtube.com/shorts/teGutmHAAI0?si=vTLrb2r2jskI6ykG>, diakses pada 11 Mei 2025.

tepat untuk penggunaan K-drama untuk iklan tersebut. Dalam hal ini, penggunaan potongan drama *Queen of Tears* untuk iklan Lion Parcel merupakan salah satu hal yang dapat diteliti lebih lanjut, apakah sudah menggunakan prosedur yang benar serta sesuai dengan ketentuan hukum yang ada dan berlaku saat ini. Apabila tidak sesuai, maka dapat dipastikan bahwa Lion Parcel telah melanggar ketentuan mengenai Hak Cipta dari drama *Queen of Tears* tersebut.

Terkait dengan bahasan ini, terdapat penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai *state of the art*, antara lain penelitian yang dilakukan oleh I Putu Bagus Indra Prananda Nugraha dan Ni Luh Gede Astariyani dengan judul “Perlindungan Hukum Karya Cipta Film Drama *Bersubtitle* yang Diunggah Komunitas Tanpa Izin Pencipta.”¹⁰ Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Perlindungan Hukum terhadap Karya Sinematografi pada drama Korea yang diunggah oleh *fandom* dijelaskan pada Pasal 9 UUHC yaitu mengenai hak ekonomi, yakni sebuah hak yang diberikan oleh pemerintah untuk pencipta sebagai bentuk penghargaan karena telah menuangkan ide kreatifnya. Kemudian pada penelitian yang ditulis oleh Feridiana, Rachmawati, dan Tiza Yaniza yang berjudul “Analisis Yuridis Pembajakan Drama Korea di Aplikasi Telegram,”¹¹ dijelaskan bahwa aktivitas menjiplak drama Korea yang kemudian disebarakan melalui aplikasi Telegram dapat diakibatkan oleh beberapa faktor, misalnya tingkat kesadaran hukum yang masih rendah terhadap hak cipta. Untuk itu, pemerintah melalui Kominfo telah melakukan upaya pemblokiran terhadap konten-konten tersebut.

Berlandaskan pada latar belakang tersebut, dapat ditentukan masalah-masalah sebagai berikut: Pertama, bagaimana perlindungan hukum terhadap cuplikan karya sinematografi yang digunakan dalam iklan? Kedua, apakah tantangan dalam upaya perlindungan hak cipta sinematografi kaitannya dengan perkembangan era digital? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap cuplikan karya sinematografi yang digunakan dalam iklan serta tantangan dalam upaya perlindungan hak cipta sinematografi kaitannya dengan perkembangan era digital. Berdasarkan latar belakang di atas dan kajian terhadap beberapa penelitian sebelumnya,

¹⁰ I Putu Bagus Indra Prananda Nugraha and Ni Luh Gede Astariyani, “Perlindungan Hukum Karya Cipta Film Drama *Bersubtitle* Yang Diunggah Komunitas Tanpa Izin Pencipta,” *Kertha Negara* 8, no. 3 (2020): 22–32.

¹¹ Feridina, Rachmawati, and Tiza Yaniza, “Analisis Yuridis Pembajakan Drama Korea Di Aplikasi Telegram,” *Tanjungpura Legal Review* 1, no. 2 (2023): 166–185.

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

maka dilakukanlah penelitian dengan judul “**Perlindungan Hukum Terhadap Cuplikan Karya Sinematografi yang Dijadikan Iklan: Perspektif Hak Cipta.**”

METODE PENELITIAN

Artikel jurnal ini masuk dalam jenis penelitian hukum normatif atau metode penelitian kepustakaan (*library research*). Jenis penelitian ini menerapkan teori hukum merupakan ketentuan yang terdapat pada peraturan perundang-undangan yang dikonsepsikan menjadi norma maupun kaidah, sebagai tolok ukur setiap individu bersikap.¹² Metode penelitian kepustakaan yaitu sekelompok penelitian yang memiliki kaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang mana obyek dalam penelitian tersebut didapatkan melalui berbagai informasi kepustakaan, seperti koran, majalah, buku, jurnal ilmiah, ensiklopedi, dan dokumen.¹³ Penelitian ini memanfaatkan bahan hukum primer meliputi ketentuan perundang-undangan serta bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal dan karya ilmiah lainnya. Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Cuplikan Karya Sinematografi yang digunakan Dalam Iklan

Dewasa ini, fenomena *Hallyu* atau *Korean wave* sedang umum di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya usia remaja. Hal ini disebabkan karena persebaran produk-produk Korea Selatan yang masif di wilayah Indonesia. Produk-produk Korea yang tersebar itu, di antaranya musik (K-Pop), film dan drama (K-Drama), mode pakaian (K-Fashion), aksara dan bahasa Korea (*Hangul*), *skincare* dan kosmetik (K-Beauty), bahkan hingga makanan dan minuman (K-Food).¹⁴ Drama korea atau K-drama sebagai salah satu dari produk budaya pop Korea adalah salah satu wujud karya sinematografi.

¹² Amiruddin and Asikin, H. Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Cetakan Ke-9), (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), h. 118.

¹³ Heryana, Nabilah Solehah, “Studi Perbandingan antara Hukum Waris Islam dan Hukum Waris Perdata Terhadap Ahli Waris Khuntsa (Kelamin Ganda),” (2019): 69-74.

¹⁴ Ni Made Febriana Sara Dwiyaniti, Ida Bagus Gde Pujaastawa, and Ida Ayu Alit Laksmiwati, “Pengaruh Budaya Pop Korea Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Denpasar, Bali,” *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 2, no. 2 (2022): 162–170.

Istilah sinematografi merupakan padanan dari kata bahasa Inggris, yaitu *cinematography* yang sumbernya dari bahasa Latin, *kinema* yang berarti gambar. Kata sinematografi itu sendiri dapat diartikan sebagai seluruh hal mengenai sinema atau perfilman, mulai dari aspek produksi, bentuk, proses, estetika, makna, fungsi, hingga penontonnya. Karya sinematografi tersebut berkaitan erat dengan interpretasi yang sangat kompleks mengenai estetika melalui paduan seni akting, industri perfilman, fotografi, imajinasi, komunikasi visual, teknologi optik, ide, serta cita-cita.¹⁵ Jika merujuk pada UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, tepatnya pada penjelasan atas Pasal 40 ayat (1) huruf m, “Karya sinematografi merupakan ciptaan yang berupa gambar bergerak (*moving images*) antara lain film dokumenter, film iklan, reportase atau film cerita yang dibuat dengan skenario, dan film kartun. Karya sinematografi dapat dibuat dalam pita seluloid, pita video, piringan video, cakram optik dan/atau media lain yang memungkinkan untuk dipertunjukkan di bioskop, layar lebar, televisi, atau media lainnya. Sinematografi merupakan salah satu contoh bentuk audiovisual.”

Ketentuan hak cipta mengenal adanya prinsip deklaratif, artinya perlindungan hukum diberikan langsung saat karya cipta sudah berwujud (terbentuk) tanpa perlu mendaftarkannya. Hal ini tertuang dalam *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)*, yaitu pada Pasal 2 ayat (2), “*Copyright protection shall extend to expressions and not to ideas, procedures, methods of operation or mathematical concepts as such.*” yang menjelaskan bahwa suatu ciptaan berhak memperoleh perlindungan hukum ketika ciptaan tersebut adalah sebuah ekspresi atau perwujudan ide. Ekspresi atau perwujudan ide yang dimaksud ialah sebuah hasil karya hanya dapat diberikan hak eksklusif apabila dalam bentuk nyata, bukan berupa ide saja, dalam berbagai kepustakaan asing disebut *fixation*.¹⁶ Indonesia yang merupakan salah satu negara anggota *TRIPs Agreement*, wajib mengikuti sistem Kekayaan Intelektual yang diatur dalam *TRIPs Agreement* tersebut.¹⁷

Robert C. Sherwood meyakini beberapa prinsip atau teori terkait dengan kekayaan intelektual, antara lain *reward theory*, *risk theory*, *recovery theory*, dan *incentive theory*.

¹⁵ Sebastian A Lendeng, Karel Yossi Umboh, and Dientje Rumimpunu, “Tinjauan Hukum Hak Cipta Dalam Bidang Karya Sinematografi Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta,” *Lex Privatum* 9, no. 2 (2021): 169–179.

¹⁶ Khoirul Hidayah, *Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual*, (Malang: Setara Press, 2017), h. 32.

¹⁷ Putu Aras Samsithawrati et al., “Perlindungan Hukum Seni Menghidangkan Makanan Dan Karya Turunannya Berbasis Teknologi: Perspektif Hak Cipta,” *Jurnal Analisis Hukum* 6, no. 1 (2023): 1–17.

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

Menurutnya, para pelaku industri kreatif berhak mendapatkan perlindungan atas karyanya berdasarkan teori-teori tersebut. Secara singkat, *reward theory* adalah teori yang percaya bahwa pencipta berhak memperoleh upah atas karya intelektual sebagai akreditasi dan apresiasi terhadap upaya kreatifnya. *Risk theory* artinya teori yang mempercayai bahwa sebuah ciptaan beresiko untuk disalin atau dijiplak oleh orang lain, maka sudah sepatutnya mendapatkan perlindungan hukum. *Recovery theory* yaitu pencipta suatu karya atau pekerja ekonomi kreatif sepantasnya mendapat kembali apa yang telah dikeluarkannya. Kemudian *incentive theory* menjelaskan urgensi insentif dalam memacu pekerja ekonomi kreatif untuk semakin menaikkan karya intelektualnya.¹⁸ Sejalan dengan itu, dalam Berne Convention, dianut pula prinsip *automatically protection*, artinya perlindungan terhadap karya sinematografi diberikan secara otomatis.¹⁹ Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dimaknai bahwa pencipta, dalam hal ini pencipta K-drama *Queen of Tears* mempunyai hak untuk mendapat perlindungan hukum atas karya ciptanya, sebagai cerminan atas terpenuhinya manfaat hukum.

Subyek hukum bisa mendapatkan perlindungan hukum ketika manfaat hukum terpenuhi secara sempurna.²⁰ Bentuk perlindungan hukum yang didapatkan oleh pemegang hak cipta sinematografi di Korea Selatan diatur dalam *Copyright Act of South Korea* tepatnya pada Pasal 4 angka 3 dan 7, yang menjelaskan bahwa perlindungan hukum sinematografi ialah suatu aksi dalam memberikan perlindungan untuk setiap individu yang berhak dengan cara menyelaraskan hubungan nilai yang menjadi sikap agar terbentuknya kehidupan manusia yang tertib. Pada Pasal 29 *Copyright Act of South Korea* dijelaskan juga terkait pembatasan hak cipta, yaitu terdapat pengecualian pelanggaran hak cipta apabila digunakan untuk beberapa tujuan, antara lain untuk pendidikan, pelaporan berita acara, pidato politis, dan penayangan ulang dengan tujuan non-profit.

Sementara itu, di Indonesia ketentuan mengenai perlindungan hak cipta sinematografi diatur dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta), yaitu pada Pasal 9 ayat (3), “Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak

¹⁸ Dewa Ayu Dian Sawitri and Ni Ketut Supasti Dharmawan, “Perlindungan Transformasi Karya Cipta Lontar Dalam Bentuk Digitalisasi,” *Acta Comitas* 5, no. 2 (2020): 298–308.

¹⁹ Cokorda Bayu Ardian Dharma Putra and Ida Ayu Sukihana, “Perlindungan Karya Cipta Drama Korea Yang Ditayangkan Di Telegram,” *Kertha Desa* 11, no. 1 (2023): 1538–1547.

²⁰ Nanan Isnaina, Abdul Rokhim, and Suratman, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Cipta Terkait Pembajakan Sinematografi Di Aplikasi Telegram,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 27, no. 7 (2021): 992–1006.

Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.” Kemudian Pasal 40 ayat (1) huruf m menjelaskan bahwa karya sinematografi merupakan salah satu ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dilindungi. Pada Pasal 59 ayat (1) huruf c UU Hak Cipta menerangkan bahwa “Perlindungan hak cipta atas ciptaan karya sinematografi berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali dilakukan pengumuman.” Terkait dengan ketentuan pidana, terdapat pada Pasal 113 ayat (3), yang menyatakan bahwa, “Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf f a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Selain UU Hak Cipta, ketentuan mengenai hal ini juga terdapat pada UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 25 UU ITE secara tegas menerangkan bahwa, “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.” Lebih lanjut, Pasal 32 ayat (1) terkait perbuatan yang dilarang menerangkan, “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum dengan cara apa pun mengubah, menambah, mengurangi, melakukan transmisi, merusak, menghilangkan, memindahkan, menyembunyikan suatu Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik milik Orang lain atau milik publik.” Adapun ketentuan pidana terhadap Pasal 32 ayat (1) terdapat pada Pasal 48 ayat (1), “Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”

Berkaitan dengan tanggung jawab Lion Parcel selaku pihak yang melanggar perlindungan hak cipta dari K-drama *Queen of Tears*, selain dari ketentuan-ketentuan pidana yang tertuang pada UU Hak Cipta dan UU ITE di atas, terdapat pula upaya represif atau penanganan sengketa dengan jalur non-litigasi, yaitu penanganan sengketa dengan negosiasi di luar pengadilan. Penyelesaian non-litigasi yaitu para pihak melaksanakan komunikasi dan negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama sebagai perintah untuk

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

dipatuhi oleh para pihak. Upaya non-litigasi dilaksanakan dengan tujuan mencegah pihak yang merasa dirugikan melakukan upaya litigasi. Beberapa contoh upaya non-litigasi, antara lain negosiasi, mediasi, dan konsiliasi.²¹

Tantangan dalam Perlindungan Hak Cipta Sinematografi Kaitannya dengan Perkembangan Era Digital

Kemajuan teknologi yang kian pesat menyebabkan muncul berbagai inovasi teknologi baru.²² Pertumbuhan teknologi informasi mengubah dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) serta menimbulkan pergeseran sosial yang berjalan begitu cepat dan signifikan.²³ Kemajuan teknologi informasi yang tumbuh begitu cepat mendorong terjadinya berbagai peralihan dalam pergaulan manusia dalam beberapa bagian yang berimbas langsung terhadap munculnya perbuatan hukum baru. Internet selain berperan sebagai media komunikasi, informasi, dan perangkat bisnis yang profitabel, pun dapat menjadi tempat terjadinya tindakan kriminal yang sangat berlimpah. Sophar M. Hutagalung berpendapat bahwa terdapat beberapa alasan influensial yang menyebabkan seorang individu melanggar hak cipta sinematografi, yaitu sulitnya memonitor kegiatan produksi, perkembangan teknologi di bidang industri penggandaan (*reproduction*), penegakan hukum kurang maksimal meskipun tanggung jawab pemerintah cukup besar, serta antara produk legal dengan ilegal terdapat perbedaan harga yang sangat jauh.²⁴

Pada dasarnya, terdapat beberapa faktor penyebab pelanggaran hukum terkait hak cipta sinematografi yang juga menjadi tantangan dalam kepatuhan hukum berkaitan dengan perkembangan digital saat ini, antara lain:

1. Kurangnya Pemahaman Masyarakat Mengenai Hak Cipta

Masyarakat yang dalam hal ini penggemar K-drama tidak semuanya mengetahui adanya UU Hak Cipta serta memahami hak cipta itu sendiri. Hal ini membuktikan bahwa wawasan yang terkait dengan hak cipta belum disebarkan secara merata

²¹ Sujana Donandi S., *Hukum Intelektual di Indonesia (Intellectual Property Right Law In Indonesia)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 128-129.

²² Abdul Rockim and Sri Ayu Lestari, Implementasi Media Visualisasi 360 Pada Platform Android Untuk Promosi Penjualan Kendaraan Bekas, *Jurnal Teknik* 11, No.2 (2019).

²³ Indah Meisyana Suci et al., "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digital Melalui Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE)," *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan* 1, no. 7 (2023).

²⁴ Isnaina, Rokhim, and Suratman, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Cipta Terkait Pembajakan Sinematografi Di Aplikasi Telegram."

kepada masyarakat luas. Terbatasnya pemahaman mengenai hak cipta menyebabkan sebagian dari mereka tidak menyadari bahwa telah melakukan tindakan melanggar hak cipta.

2. Ledakan Konten Digital

Era digital telah menyebabkan ledakan konten digital, termasuk karya sinematografi. Hal ini menyebabkan meningkatnya risiko pencurian dan distribusi ilegal konten sinematografi secara luas di internet.

3. Kemudahan Akses

Perkembangan teknologi yang pesat memberikan akses yang begitu mudah dijangkau sehingga sangat diminati oleh masyarakat. Kemudahan akses ini juga lah yang mendorong beberapa pihak untuk dengan sengaja melakukan pelanggaran hak cipta yang digunakan untuk kepentingan pribadi.

4. Kebiasaan Lingkungan Sekitar

Kebiasaan lingkungan sekitar yang menormalisasi pelanggaran hak cipta juga menjadi salah satu tantangan di era digital ini. Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan fakta bahwa kasus penggunaan cuplikan K-drama yang digunakan untuk iklan ini bukan lah kali pertama terjadi. Namun, selama ini, masyarakat telah menganggap ini sebagai hal yang biasa, sehingga tidak ada sanksi untuk pelaku pelanggaran hak cipta.

5. Rendahnya Kesadaran Hukum Terhadap Hak Cipta

Kesadaran hukum dapat diartikan sebagai pandangan atau pikiran yang dimiliki oleh setiap individu yang dapat mempengaruhi pertimbangan dan apresiasi dalam hal ini terhadap hak kekayaan intelektual terutama pada aspek hak cipta sinematografi.²⁵ Kesadaran hukum masyarakat terhadap adanya pelanggaran hak cipta sinematografi masih sangat minim, sehingga kasus-kasus demikian sukar untuk ditangani, padahal perlindungan atas hak cipta adalah kewajiban bersama. Maka dari itu, butuh upaya untuk memupuk kesadaran hukum mulai dari diri sendiri sampai orang lain.

6. Sanksi yang Didapatkan oleh Pelaku Pelanggaran Hak Cipta Tidak Tegas

Penegakan hukum dalam hal ini pelaksanaan sanksi bagi para pelaku pelanggaran hak cipta masih kurang tegas, sehingga sanksi itu pun tidak memberikan dampak jera

²⁵ Feridina, Rachmawati, and Yaniza, "Analisis Yuridis Pembajakan Drama Korea Di Aplikasi Telegram."

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

bagi pelaku. Maka dari itu, dibutuhkan pemberian sanksi yang lebih tegas seperti penjara, ganti rugi, dan denda.

7. Keterbatasan Peraturan Internasional

Keterbatasan dalam hal ini adalah ketidakseragaman dalam peraturan hak cipta di ketentuan hukum berbagai negara membuat sulit untuk mengatasi pelanggaran hak cipta yang melintasi batas negara. Misalnya pada kasus pelanggaran hak cipta K-drama *Queen of Tears* ini, karena perbedaan ketentuan hukum, maka penyelesaian sengketa pun akan lebih sulit.

Bergesernya era dari tradisional menjadi lebih modern melalui era digital, menyebabkan bergeser pula tantangan dalam menghadapi pelanggaran-pelanggaran hukum. Perkembangan teknologi pada era digital menyebabkan tantangan yang muncul lebih beragam sehingga masalah-masalah pun menjadi lebih kompleks. Adanya tantangan-tantangan tersebut tentu harus diselesaikan dengan solusi yang tepat untuk mengurangi kemungkinan adanya pelanggaran hak cipta khususnya pada karya sinematografi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Merujuk pada penjelasan di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa akibat pengaruh dari *Korean wave* atau *Hallyu*, menyebabkan terkenalnya berbagai K-drama di Indonesia. Salah satu K-drama yang sedang menjadi pembicaraan hangat adalah *Queen of Tears*. Saking viralnya, banyak pihak yang memanfaatkannya untuk kepentingan pribadi, misalnya perusahaan ekspedisi Lion Parcel. Lion Parcel telah menggunakan cuplikan K-drama *Queen of Tears* untuk dijadikan iklan dalam berbagai media sosialnya. Jika ditinjau dari ketentuan hukum, hal ini tentu telah melanggar aturan perlindungan hak cipta yang diatur dalam UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Adapun terkait tanggung jawab pihak Lion Parcel pada upaya penyelesaian sengketa, selain dengan ketentuan pidana, juga dapat menggunakan upaya non-litigasi, seperti negosiasi, konsiliasi, dan mediasi. Apabila dicermati lebih mendalam, terdapat keterkaitan antara kasus ini dengan tantangan dalam perlindungan hak cipta sinematografi pada era digital. Faktor-faktor penyebab pelanggaran hukum yang menjadi tantangan tersebut, antara lain kurangnya pemahaman

masyarakat mengenai hak cipta, ledakan konten digital, kemudahan akses, kebiasaan lingkungan sekitar, rendahnya kesadaran hukum terhadap hak cipta, sanksi kepada pelaku tidak tegas, dan keterbatasan peraturan internasional.

Saran

Berdasarkan permasalahan yang dianalisis, disarankan agar pemerintah, pemegang hak cipta, dan pelaku usaha lebih proaktif dalam meningkatkan kesadaran hukum masyarakat terkait perlindungan hak cipta, khususnya dalam karya sinematografi yang tersebar di ruang digital. Edukasi melalui kampanye publik, penyuluhan, serta pemanfaatan media sosial perlu diperkuat guna membentuk budaya menghargai karya intelektual. Selain itu, regulasi dan mekanisme pengawasan terhadap penggunaan konten digital perlu diperketat, termasuk kerja sama internasional untuk menjawab tantangan lintas negara. Pelaku usaha juga sebaiknya melakukan klarifikasi dan perizinan terlebih dahulu sebelum memanfaatkan karya berhak cipta agar tidak menimbulkan pelanggaran hukum di kemudian hari.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.
- Dwiyanti, N.M.S.F., Pujaastawa, I.B.G., & Laksmiwati, I.A.A. (2022). Pengaruh Budaya Pop Korea Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Denpasar, Bali. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 162–170.
- Feridina, R. & Yaniza, T. (2023). Analisis Yuridis Pembajakan Drama Korea Di Aplikasi Telegram. *Tanjungpura Legal Review*, 1(2), 166–185.
- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF HAK CIPTA

- Isnaina, N., Rokhim, A., & Suratman. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Cipta Terkait Pembajakan Sinematografi Di Aplikasi Telegram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 27(7), 992–1006.
- Lendeng, S.A., Umboh, K.Y., & Rumimpunu, D. (2021). Tinjauan Hukum Hak Cipta Dalam Bidang Karya Sinematografi Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Lex Privatum*, 9(2), 169–179.
- Nugraha, I.P.B.I.P. & Astariyani, N.L.G. (2020). Perlindungan Hukum Karya Cipta Film Drama Bersubtitle Yang Diunggah Komunitas Tanpa Izin Pencipta. *Kertha Negara*, 8(3), 22–32.
- Oktaviani, J. & Pramadya, T.P. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia Journal of International Relations*, 8(1), 87-100.
- Putra, C.B.A.D. & Sukihana, I.A. (2023). Perlindungan Karya Cipta Drama Korea Yang Ditayangkan Di Telegram. *Kertha Desa*, 11(1), 1538–1547.
- Ramadhan, R., Hadi, R., & Fajri, G.S. (2022). Pengaruh Drama Korea Terhadap Etika Dan Gaya Hidup Mahasiswa Semester VI Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14233–14242.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Rockim, A. & Lestari, S.A. (2019). Implementasi Media Visualisasi 360 Pada Platform Android Untuk Promosi Penjualan Kendaraan Bekas. *Jurnal Teknika*, 11(2).
- Samsithawrati, P.A., Dharmawan, N.K.S., Dwijayanthi, P.T., Krisnayanti, A.A.I.E., & Sawitri, D.A.D. (2023). Perlindungan Hukum Seni Menghidangkan Makanan dan Karya Turunannya Berbasis Teknologi: Perspektif Hak Cipta. *Jurnal Analisis Hukum*, 6(1).
- Sawitri, D.A.D. & Dharmawan, N.K.S. (2020). Perlindungan Transformasi Karya Cipta Lontar Dalam Bentuk Digitalisasi. *Acta Comitas*, 5(2), 298–308.
- Suci, I.M., Avicenna, A.H., Setiawan, S.M., Puteri, R.W., & Sirait, P.H.D. (2023). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digital Melalui Undang-Undang

Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE). *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 1(7).

Valenciana, C. & Pudjibudojo, J.K.K. (2022). Korean Wave; Pop Culture Phenomenon to Millennial Youth in Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205-214.

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Heryana, N.S. (2019). Studi Perbandingan Antara Hukum Waris Islam Dan Hukum Waris Perdata Terhadap Ahli Waris Khuntsa (Kelamin Ganda).

Lababa, S. (2021). Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. Universitas Islam Malang.

Buku Teks

Amiruddin & Asikin, H.Z. (2016). *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Cetakan Ke-9). Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Donandi, S. (2019). *Hukum Intelektual di Indonesia (Intellectual Property Right Law In Indonesia)*. Yogyakarta: Deepublish.

Hidayah, K. (2017). *Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Fatuhana, T.A. (2024). Menariknya *Queen of Tears*: Mematahkan Konvensi untuk Romansa K-Drama. Jurno.id. retrieved from: <https://jurno.id/jurnopedia/menariknya-queen-of-tears-mematahkan-konvensi-untuk-romansa-k-drama>, diakses pada 11 Mei 2025.

Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)

Lion Parcel, "Tentang Lion Parcel," Lionparcel.com, retrieved from: <https://lionparcel.com/about>, diakses pada 11 Mei 2025.

-----, 2024, Instagram.com, retrieved from: <https://www.instagram.com/reel/C6WOO0mPIPd/?igsh=MWd1anlpNDFhYXJwbg==>, diakses pada 11 Mei 2025.

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CUPLIKAN KARYA
SINEMATOGRAFI YANG DIJADIKAN IKLAN: PERSPEKTIF
HAK CIPTA**

-----, 2024, Tiktok.com, retrieved from: <https://vt.tiktok.com/ZSYJHgs1h/>, diakses pada 11 Mei 2025.

-----, 2024, Youtube.com, retrieved from: <https://youtube.com/shorts/teGutmHAAI0?si=vTLrb2r2jskI6ykG>, diakses pada 11 Mei 2025.