

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada dewasa ini yang begitu pesat berpengaruh pada segala sisi dan aspek kehidupan. Salah satunya yang dapat kita ketahui melalui media sosial. Media sosial memberikan efek dan pengaruh yang besar, karena melalui media sosial para penggunanya bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan blog dengan isinya, jejaring sosial, wiki, forum dunia maya dan dunia virtual. Melalui media sosial kita dapat berbagi dan mendapat informasi dengan begitu cepat dari seluruh penjuru dunia. Informasi tersebut dapat berupa uraian, model, rekapitulasi, statistik, formulir, simulasi, gambar, dan animasi baik berupa suara maupun video. Banyak sekali media sosial yang beredar dan eksis saat ini yaitu diantaranya *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Line*, *WhatsApp* dan salah satu media sosial yang kita ketahui adalah *Youtube*.<sup>1</sup>

*Youtube* merupakan sebuah platform untuk mempublikasikan video. Platform ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video serta untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Ada pula konten amatir seperti Vlog, video orisinal pendek, dan video pendidikan. Platform ini juga dapat diakses oleh semua orang di negara manapun. Platform ini resmi berdiri pada tahun 2005. Pendirinya adalah Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim dimana mereka bertiga adalah mantan karyawan *PayPal*. Kemudian platform *Youtube* dibeli oleh *Google* dan diperkenalkan kembali pada tahun 2006.<sup>2</sup>

Bisnis di era modern mengalami perkembangan yang pesat mulai dari media yang digunakan dalam berbisnis maupun barang/jasa yang ditawarkan. Dahulu bisnis hanya dilakukan secara tatap muka, namun kini telah banyak bisnis yang berbasis internet (*online*), salah satunya menjadi *Youtuber*. *Youtuber* adalah seseorang

---

<sup>1</sup> Zawida Ainia, "Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang Hak Cipta No. 28 Tahun 2014 Terhadap Pembuatan Video Lirik di *Youtube*", (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2020), 1.

<sup>2</sup> Haldi Patra & Aldi Dio Afrada, "Visualisasi Sejarah dan Sejarah Publik: Tinjauan Konten Sejarah Dalam Platform *Youtube*", *Jurnal Sejarah*. Vol. 3(2), 2020, 50.

yang membuat krestivitas: baik dalam film pendek, video review, tutorial, video klip lagu dan lain sebagainya pada sebuah aplikasi bernama *Youtube*. Profesi ini banyak diminati bagi semua kalangan mulai dari anak kecil, muda maupun tua.<sup>3</sup>

Situs *Youtube* menyediakan berbagai informasi berupa video dan Audio. *Youtube* diperuntukan bagi mereka yang ingin mencari informasi dalam bentuk video. Selain mencari video, pengunjung situs ini juga dapat mengunggah video mereka ke *Youtube* dan membagikannya ke seluruh dunia.<sup>4</sup>

*Youtube* juga seringkali dimanfaatkan oleh pelaku bisnis sebagai lahan yang menguntungkan dalam menjalankan usahanya. Para pelaku bisnis di *Youtube* bermacam-macam jenisnya, ada yang menggunakan *Youtube* sebagai media promosi barang atau jasa yang akan ditawarkan, ada yang menyuguhkan konten hiburan seperti bermain game dan menjual suatu produk barang dari game tersebut, ada pula juga yang menyuguhkan media pembelajaran online dan banyak macam jenis lainnya. Di lain sisi dari produk maupun jasa yang ditawarkan oleh pelaku bisnis, *Youtube* sendiri juga memiliki fitur monetisasi melalui AdSense yang dapat merubah akun pribadi menjadi akun bisnis. Sebagai contoh konten kreator yang juga berprofesi sebagai *Youtuber* adalah Ricis Official. Ricis Official merupakan *Youtuber* dengan subscriber terbanyak di Indonesia. Dalam satu bulan dapat mencapai pendapatan rata-rata sampai 4.000 US dollar atau sekitar 59 juta rupiah hanya dari *adsense* saja. Hal ini menandakan bahwa *Youtube* dapat dimanfaatkan sebagai lahan bisnis yang sangat menguntungkan.

Terlepas dari hal itu semua pihak *Youtube* juga memiliki kebijakan dan aturan tersendiri yang harus dipatuhi oleh para pengguna yang ingin memanfaatkan *Youtube* sebagai lahan penghasilan ataupun dengan maksud lain. Aturan yang ditetapkan oleh *Youtube* juga menyesuaikan dari hukum yang berlaku di negara tersebut, salah satunya mengenai Hak Cipta. Pengaturan Hak Cipta di *Youtube* sangat diawasi ketat dikarenakan sebuah video merupakan termasuk karya sinematografi sebagai suatu ciptaan, sesuai dalam Pasal 40 Ayat (1) Huruf M Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014

---

<sup>3</sup> Rusmadi, “Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern”, Vol. 1, No. 4 Desember 2016, 70.

<sup>4</sup> Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, ”Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media *Youtube*”, Vol.2, Februari 2019, 264.

tentang Hak Cipta (UUHC) dikatakan bahwa yang dimaksud dengan karya sinematografi merupakan salah satu contoh karya yang berbentuk audiovisual. Karena media platform yang digunakan di *Youtube* sendiri merupakan suatu karya yang dapat dinikmati melalui indera penglihatan dan pendengaran dan demi menjaga agar *Youtube* selalu menjadi media sosial yang digemari, maka dapat disimpulkan bahwa memang *Youtube* sangatlah harus mengawasi ketat mengenai Hak Cipta suatu orang.<sup>5</sup>

Setelah mengetahui bahwa pemahaman tentang Hak Cipta menurut perundang-undangan Pemerintah Republik Indonesia mencakup kekayaan intelektual, maka berikut salah satu dalil yang menguatkan pemahaman tersebut. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah surat An-Nisa ayat 29, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*<sup>6</sup>

Dari surat an-Nisa Ayat 29 dengan tegas mensyaratkan agar tidak menggunakan harta kekayaan orang lain, kecuali melalui perniagaan yang didasari suka sama suka. Telah diketahui bahwa kekayaan intelektual adalah salah satu bentuk harta kekayaan seseorang. Sudah tentu pemilik kekayaan intelektual tidak rela apabila hasil karyanya digandakan tanpa seizin dirinya.

Tetapi dalam akhir-akhir ini banyak keluhan dari para pengguna *Youtube* khususnya para pemilik akun pembuat video yang di upload di channelnya sendiri, bahwa video yang mereka ciptakan, di upload kembali atau biasa disebut reupload oleh akun *Youtube*

<sup>5</sup> Pasal 40 Ayat 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014

<sup>6</sup> Al-Qur'an Qomari: Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS. An-Nisa (4) : 29

orang lain. Hal tersebut menimbulkan kerugian bagi pemilik video karena video yang telah dibuat, dipergunakan oleh orang lain untuk kepentingan pribadinya dan dikomersialkan. Pemilik video mengeluhkan banyaknya jumlah *Re-uploader* yang tidak sedikit yang telah me *Re-upload* video mereka ke channel pribadinya. Hal ini menandakan bahwa kekuatan dan pengawasan dalam ditetapkannya Undang-undang Hak Cipta (UUHC) tidak dengan baik dan efektif. Bahkan banyak juga para *Re-uploader* juga memasang iklan atau AdSense pada video yang mereka *Re-upload* di akun sendiri untuk mendapatkan uang dari banyaknya video yang ditonton. Hal ini menimbulkan ketidakadilan dan kerugian bagi pemilik video yang telah bersusah payah membuat video tersebut dengan modal waktu, tenaga dan biaya yang tidak sedikit.

Dari penjelasan yang telah disampaikan di atas, persoalan mengenai praktik Reupload ini banyak konten creator yang merasa dirugikan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisis permasalahan tentang tentang “KAJIAN YURIDIS TERHADAP PRAKTIK *RE-UPLOAD VIDEO* DI *YOUTUBE* UNTUK KOMERSIAL”

## B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini akan memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hukum Praktik *Re-upload* Video di *Youtube* menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
2. Hukum Praktik Reupload Video di *Youtube* ditinjau dalam perspekif hukum Islam (fatwa MUI No. 1/MUNAS VII/MUI/5/2005).

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Hukum praktik *Re-upload* Video di *Youtube* menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta?
2. Bagaimana Hukum praktik *Re-upload* Video di *Youtube* ditinjau dalam perspekif hukum Islam (fatwa MUI No. 1/MUNAS VII/MUI/5/2005)?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Hukum praktik *Re-upload* Video di *Youtube* menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
2. Untuk mengetahui Hukum praktik *Re-upload* Video di *Youtube* ditinjau dalam perspekif hukum Islam (fatwa MUI No. 1/MUNAS VII/MUI/5/2005).

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan serta manfaat baik bersifat teoritis maupun bersifat praktis yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi dalam bidang ilmu pengetahuan mengenai kajian-kajian khususnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap praktik *Re-upload* Video di *Youtube* menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta dan praktik *Re-upload* Video di *Youtube* ditinjau dalam perspekif hukum Islam (fatwa MUI No. 1/MUNAS VII/MUI/5/2005).
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi jika ada penelitian dan masalah baru yang terjadi di lingkungan mengenai pengguna sosial media terutama di jaman modern sekarang ini khususnya kaum milenial dan menambah pengetahuan masyarakat tentang penerapan Hak Cipta dalam bersosial media.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah melihat dan menemukan pembahasan yang ada dalam skripsi secara keseluruhan, maka diperlukan sistematika penulisan yang merupakan kerangka dan pedoman untuk penyusunan skripsi sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi  
Bagian awal ini memuat diantaranya Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian *Munaqosyah*, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Moto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata Pengantar dan Daftar Isi.
2. Bagian Utama Skripsi

Bagian Utama ini terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari Kajian Teori Terkait Judul, Penelitian Terdahulu, Kerangka berfikir dan Pertanyaan Penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian, Subyek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Keabsahan Data dan Teknik Analisis Data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari Gambaran Obyek Penelitian, Deskripsi Data Penelitian dan Analisis Data Penelitian.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari semua penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat diindikasikan masalah yang ada dalam penelitian dan hasil dari penyelesaian penelitian bersifat analisis objektif. Sementara saran berisikan *output* untuk mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Saran ini ditujukan untuk ruang lingkup penelitian.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang Daftar Pustaka dan Lampiran-lampiran diantaranya Dokumen Sumber Primer.