

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Dalam halnya perkembangan teknologi jaman globalisasi kini telah memasuki era baru yang lebih mudah dan mudah cepat.

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah berkembang seiring dengan meningkatnya pengguna internet, termasuk pengguna media sosial. Kemajuan teknologi dalam bidang promosi produk pun juga mengalami perkembangan yang pesat. Segala bentuk periklanan pun mulai berganti konsep dari media konvensional seperti surat kabar, majalah, katalog, mulai beralih menjadi periklanan online melalui media sosial, maupun dalam situs *e-commerce*. Hal ini dimungkinkan terjadi karena teknologi informasi yang terkoneksi dengan jaringan internet global sehingga memberikan kemudahan dalam pemasaran barang dan jasa

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah *E-commerce*. *Electronic Commerce (E-Commerce)* adalah suatu contoh dari kemajuan teknologi informasi, dimana transaksi bisnis tidak lagi dilakukan secara konvensional, yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual atau adanya keharusan menggunakan uang tunai.<sup>1</sup> Transaksi jual beli pada *e-commerce* diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

*E-commerce* menawarkan kemudahan dan fleksibilitas pada saat melakukan transaksi antara penjual produk dengan konsumen melalui perantara internet. Penjual diwakili oleh suatu sistem berbasis jaringan komputer melalui media sosial yang melayani pembeli secara online. Ketika melakukan transaksi, seorang pembeli berhadapan dan berkomunikasi dengan sistem yang mewakili penjual. Disamping itu, perkembangan yang

---

<sup>1</sup> Imam Lukito, 2017, "Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce", *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, Vol. 11, No.3, hlm. 351.

semakin pesat membuat *e-commerce* dikenal dengan berbagai nama, yaitu *Cyberstore*, *Visual Store*, *Digital Market*, *Electronic Mall*, *Online Shop*, dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik *E-Commerce* tahun 2023, Tren pengguna *e-commerce* di Indonesia tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Prediksinya, pertumbuhan *e-commerce* akan semakin pesat di tahun-tahun berikutnya. Statistika mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada 2021 mencapai 148,9 juta pengguna, sedangkan pada 2022 naik menjadi 166,1 juta pengguna. Tahun 2023 ini kemungkinan akan mencapai 180,6 juta pengguna *e-commerce* di Indonesia. Transaksi *e-commerce* yang kian marak ini, dimanfaatkan untuk mempromosikan dan memasarkan produknya di jejaring media sosial dan *market place* seperti Instagram, Facebook, Twitter, Shopee, Lazada, Tokopedia, BukaLapak dan lainnya. Proses transaksinya pun sangat simple tanpa harus keluar masuk toko seperti halnya toko konvensional, serta mendapatkan waktu yang efisien dan keuntungan yang lebih tinggi.<sup>3</sup>

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangatlah pesat, diikuti dengan kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh berbagai macam *e-commerce* yang telah ada. Sehingga, semakin banyak pengguna internet yang merasa nyaman bertransaksi secara online melalui *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang banyak digunakan saat ini oleh masyarakat yaitu Shopee. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* berbasis aplikasi mobile yang saat ini sangat berkembang di Indonesia. Shopee didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li, dan diluncurkan pertama kali di Singapura tahun 2015. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Chris Feng adalah salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada. Sejak tahun 2015, Shopee memperluas jaringannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Pada tahun 2022 Shopee tercatat sebagai platform belanja online nomor satu di Indonesia dengan jumlah total unduhan terbanyak baik di Google Play atau Apple Store, dan menjadi platform belanja online nomor satu dalam jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak. Kemudahan yang ditawarkan dari aplikasi Shopee diharapkan dapat meningkatkan pembelian masyarakat secara luas.

---

<sup>2</sup> M.Sukrisno Mardiyanto, 2007, *Orasi Ilmiah Peranan Informatika dalam Pengembangan E-Commerce*, dalam <http://jurnalkopertis4.tripod.com/16-3.htm> diakses pada 22 Oktober 2023 pukul 13.10

<sup>3</sup> Abdul Halim Barkatullah, "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Hukum*, Vol.14, No. 2, hlm. 264.

Shopee sebagai sebuah *platform* tempat berbelanja online yang sudah sangat terkenal dan tergolong sukses yang mempunyai banyak sekali strategi-strategi dalam mempromosikan dan membangun kesadaran publik akan layanan yang ditawarkan. Salah satu strategi yang sangat sukses dilakukan adalah Program Afiliasi Shopee. Shopee Affiliates Program atau Program Afiliasi Shopee merupakan salah satu strategi marketing dari Shopee yang menawarkan penghasilan tambahan untuk para afiliator tanpa menjual produk, yaitu dengan cara mempromosikan produk-produk Shopee di media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan lainnya.<sup>4</sup>

Strategi marketing Shopee Affiliates ini merupakan bentuk promosi produk yang menarik dikarenakan para afiliator harus berkreasi dalam membuat konten video maupun foto yang digunakan untuk mempromosikan produk shopee, sehingga pembeli dapat tertarik membeli barang dari link produk yang ditautkan oleh afiliator tersebut. Link yang sudah diklik ini lah, afiliator akan mendapatkan komisi dari setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen Shopee. Terdapat 2 cara yang dilakukan para afiliator untuk melakukan promosi, yang pertama menggunakan sampel barang yang didapat melalui toko tersebut, lalu barang tersebut dipromosikan dengan membuat video maupun foto promosi produk. Kedua menggunakan foto promosi milik orang lain untuk dijadikan sebagai promosi produk yang ia jual. Menggunakan foto promosi milik orang lain tanpa izin inilah yang sedang marak dilakukan oleh segelintir orang. Saat ini banyak orang yang menyalahgunakan foto promosi milik orang lain. Mereka menggunakan foto tersebut tanpa izin untuk berjualan, sama jenis barangnya namun beda merk dan kualitas.<sup>5</sup>

Promosi foto produk melalui media sosial juga banyak menimbulkan potensi kerugian. Salah satunya berbagai pihak dapat dengan mudah mengambil foto produk yang telah diciptakan dan diunggah oleh afiliator kemudian diunduh dan diunggah kembali oleh pihak lain tanpa izin untuk kepentingan komersial. Afiliator sebagai pencipta/pemilik foto dengan sengaja membuat suatu karya foto produk untuk kepentingan promosi suatu barang agar memperoleh keuntungan secara ekonomi, namun pihak lain dengan cara “ilegal”

---

<sup>4</sup> Intan Tera Amelia Putri, 2022, Skripsi : *Pengaruh Strategi Afiliasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Shopee)*, Jombang: STIE Dewantara , hlm. 2

<sup>5</sup> Fia Sabila Firdosika, 2023, Skripsi: *Pemanfaat Video Pemasaran Produk Orang Lain Di Shopee Affiliate Berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah*, Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, hlm. 4

mendapatkan keuntungan ekonomi pula dengan memakai foto promosi produk milik orang lain. Disamping itu untuk menghasilkan suatu karya foto produk yang bagus diperlukan pengorbanan biaya, waktu, tenaga, dan juga keahlian fotografi.<sup>6</sup>

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menjelaskan bahwa tindak pelanggaran hak cipta fotografi di internet memenuhi unsur pelanggaran terhadap hak moral, hak ekonomi dan tindakan tersebut juga bertentangan dengan ketentuan. Hal tersebut disebabkan semakin mudahnya dalam mengakses internet di berbagai media sosial maka untuk mengambil hak orang lain juga semakin mudah, serta pelanggaran hak cipta fotografi termasuk dalam delik aduan. Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 pelaku pelanggaran hak cipta fotografi di internet tersebut dijerat dengan Pasal 112 diancam penjara paling lama 2 tahun dan denda tiga ratus juta rupiah, Pasal 113 Ayat (3) didenda paling banyak satu miliar rupiah, dan Pasal 115 didenda paling banyak lima ratus juta rupiah. Dengan demikian tindakan mengambil hak cipta fotografi orang lain tanpa izin secara normative-yuridis bertentangan dengan Undang-Undang.

Karya fotografi merupakan salah satu objek yang dilindungi oleh hak cipta. Istilah umum dari fotografi, yaitu metode atau cara menghasilkan foto dari suatu objek maupun subjek dari hasil pantulan cahaya yang mengenainya menggunakan kamera sebagai hasilnya. Perbuatan menciptakan atau menghasilkan sebuah karya seni berupa karya fotografi dapat dilakukan oleh semua orang, hal ini membuat apa saja dapat menjadi objek dari fotografi.<sup>7</sup>

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perlindungan hak cipta melalui Undang-Undang hak cipta tentunya akan memberikan perlindungan bagi para pencipta. Pengaturan hukum atas karya fotografi yang diunggah oleh pihak lain demi kepentingan komersial tanpa izin pencipta, telah diatur dalam Undang-Undang No. 28

---

<sup>6</sup> Oriza Sekar Arum, "Problematika dalam Perlindungan Hak Cipta atas Foto Produk Digital pada Media Sosial Instagram", *Jurnal Privat Law*, Vol 9., No.2 tahun 2021, hlm. 272

<sup>7</sup> Edi S Mulyanta, 2007, *Teknik Modern Fotografi Digital*, Yogyakarta: Andi, hlm. 125

tentang Hak Cipta. Larangan dalam memperbanyak atau menggunakan suatu karya cipta termasuk karya fotografi demi kepentingan komersial tanpa izin pencipta/pemilik hak cipta juga sudah diatur dalam Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

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

Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah mengatur ciptaan-ciptaan yang dilindungi dan salah satunya adalah potret dan karya fotografi. Selain itu, Pasal 40 ayat (3) juga mengatur tentang perlindungan terhadap ciptaan yang sudah atau belum diumumkan tetapi sudah diwujudkan dalam bentuk nyata memungkinkan pengadaan ciptaan tersebut. Perlindungan yang diberikan kepada ciptaan yang dilindungi memiliki masa berlaku selama 50 tahun sejak pertama diumumkan.

Pelanggaran hak cipta karya fotografi yang terjadi pada salah satu affiliator yaitu, seorang affiliator dengan akun tiktok bernama MNS. Pemilik akun tiktok tersebut merupakan seorang affiliator yang hobi dalam membuat karya fotografi untuk mempromosikan suatu produk. Pembeli akan tertarik membeli barang dari link foto promosi produk yang ditautkan oleh affiliator tersebut. Link yang sudah diklik ini lah, affiliator akan mendapatkan komisi dari setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen Shopee.

Terdapat pelanggaran mengenai hak cipta karya fotografi yang terjadi antara seorang affiliator yang bernama MNS dengan pemilik akun shopee yang bernama RSN. Affiliator tersebut mengatakan bahwa dirinya merasa dirugikan karena pemilik akun shopee tersebut diketahui telah mengambil foto promosi produk miliknya tanpa izin, dengan cara mengupload foto produk tersebut lalu dipromosikan kembali di akun shopee yang bernama RSN. Foto promosi produk curian tersebut pemilik akun shopee RSN juga akan mendapatkan komisi apabila ada seorang konsumen membeli produk melalui link yang telah ditautkan dalam akun pribadi miliknya, sehingga dapat dikatakan pemilik akun shopee tersebut telah melakukan penggunaan secara komersial atas potret untuk kepentingan reklame atau periklanan untuk penggunaan secara komersial baik dalam media elektronik maupun non-elektronik tanpa persetujuan dari pemilik foto. Karena merasa dirugikan oleh pihak tersebut, affiliator mencoba menghubungi pihak yang

mengambil foto produknya dan hasilnya pemilik akun shopee yang bernama RSN tersebut meminta maaf lalu mereka sepakat untuk menyelesaikan permasalahannya dengan damai dan menghapus postingan foto tersebut.

Foto promosi produk yang kreatif dan memiliki ciri khas tersendiri merupakan hal yang sangat penting dan utama sebelum affiliator mempromosikan produknya melalui media sosial karena hal ini akan menarik para konsumen untuk membeli produk tersebut melalui link yang telah ditaukan. Pelanggaran hak cipta terjadi apabila karya fotografi yang dibuat dengan menggunakan kamera profesional dan usaha serta ide untuk meningkatkan foto promosi produk menyatakan bahwa ia merupakan pemegang dan sekaligus pencipta atas karya fotografi dan apabila pencipta merasa bahwa karya fotonya sendiri digunakan, dipublikasikan, dan diperbanyak oleh seseorang yang tidak bertanggungjawab dan tanpa melakukan perizinan terlebih dahulu dan tidak mencantumkan nama asli dari pencipta atas karya fotografinya tersebut. Oleh sebab itu, karena merasa haknya telah dilanggar maka pencipta/pemilik foto tersebut dapat mengajukan gugatan atas pelanggaran yang terjadi.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin meneliti dan menyusun skripsi yang berjudul : **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI AFFILIATOR TERHADAP FOTO PEMASARAN PRODUK YANG DIGUNAKAN PIHAK LAIN TANPA IZIN DALAM *E-COMMERCE* SHOPEE AFFILIATE”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana akibat hukum bagi pihak yang menggunakan foto pemasaran produk tanpa izin dari affiliator dalam *e-commerce* shopee affiliate?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi affiliator terhadap foto pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin dalam *e-commerce* shopee affiliate?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui akibat hukum bagi pihak yang menggunakan foto pemasaran produk tanpa izin dari affiliator dalam *e-commerce* shopee affiliate.
2. Mengetahui perlindungan hukum bagi affiliator terhadap foto pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin dalam *e-commerce* shopee affiliate.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

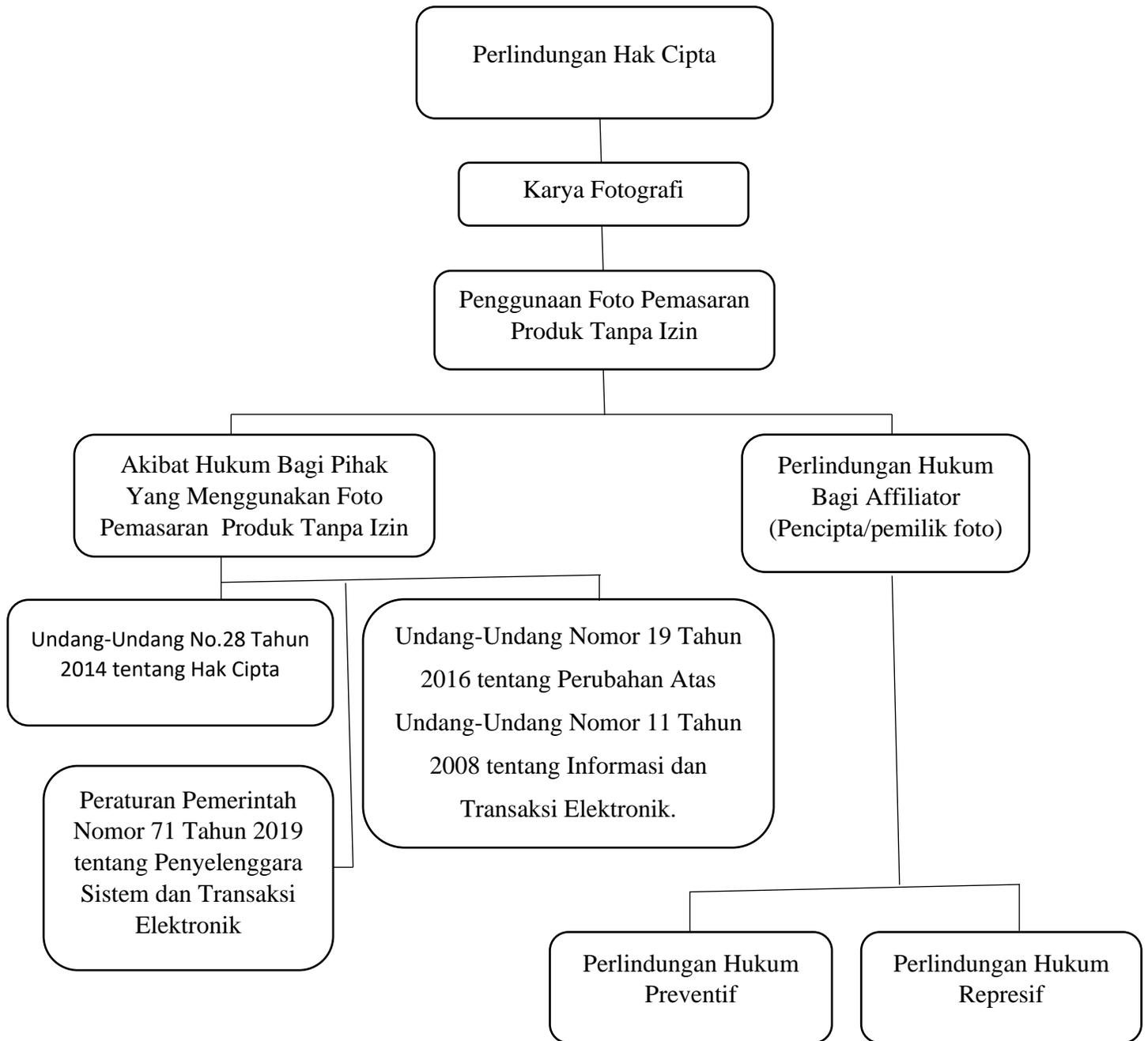
#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang akademik, khususnya dalam bidang hak cipta foto promosi produk. Hasil ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan dalam mengetahui perlindungan hukum bagi affiliator terhadap foto pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin dalam *e-commerce* shopee affiliate.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan jawaban atas permasalahan yang akan diteliti dan memberikan gambaran serta informasi terhadap penelitian sejenis ini. Selain itu juga bermanfaat bagi Masyarakat umum maupun bagi mahasiswa sebab dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman terkait dengan perlindungan hukum bagi affiliator terhadap foto pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin dalam *e-commerce* shopee affiliate.

## E. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Pengertian Hak Cipta sebagaimana dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Hak Cipta:

”Hak Cipta adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta dan hak tersebut timbul secara otomatis terhitung setelah pencipta mewujudkan karyanya dalam bentuk nyata (prinsip deklaratif) dengan tidak mengurangi pembatasan sesuai peraturan perundang-undangan”.

Hukum Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak untuk mendapatkan keuntungan komersial dari ciptaan intelektual.<sup>8</sup> Pemegang hak cipta, Pencipta sebagai pemilik hak cipta, orang yang secara sah menerima hak dari pencipta, atau pihak lain yang menerima hak tambahan dari pihak yang menerima hak secara sah. HKI hanya ada ketika pikiran manusia telah menciptakan sesuatu yang terlihat, terdengar, dapat dibaca, atau dapat digunakan. Hak cipta termasuk dalam payung hak kekayaan intelektual, dan untuk membuat aturan perlindungan hak cipta lebih mudah dipahami, sebuah divisi dari HKI telah dibuat, maka berdasarkan Undang- undang hak cipta adalah sebagai berikut :

- Buah karya melalui pendidikan, seni dan sastra
- Terdapat wujudnya
- Original
- Terkhususkan person atau terdapt ciri khas

Karya fotografi merupakan obyek dari hak cipta, tercantum di dalam Pasal 40 ayat 1 huruf k Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menyebutkan bahwa Ciptaan yang dilindungi meliputi ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas karya fotografi. Mengambil tanpa izin sebuah gambar atau foto dari internet untuk diunggah di media sosial untuk didistribusikan atau digunakan kepentingan komersial merupakan tindakan pelanggaran hak cipta (Pasal 12 Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta).

Member affiliate atau yang disebut dengan affiliator adalah sebutan untuk orang yang mempromosikan produk kepada calon konsumen. Affiliator hanya menawarkan informasi berupa pemasaran produk dalam bentuk foto maupun video dari hasil karya fotografi yang mereka buat sendiri. Jika konsumen tertarik untuk membeli, maka ia akan

---

<sup>8</sup> Much. Nurrachmad, 2012, *Segala tentang HAKI Indonesia*, Yogyakarta: Buku Biru, hlm. 15.

mengklik link dari affiliator tersebut untuk dapat melanjutkan transaksinya, dan barang pun akan dikirim langsung dari pihak suplier atau kontributornya.

Beredarnya foto pemasaran produk dari affiliator tak jarang banyak orang mengambil foto pemasaran produk yang sama tanpa izin dari pemilik foto tersebut. Kegiatan mengambil foto pemasaran produk tanpa izin tersebut juga merugikan pihak affiliator sebagai pembuat/pemilik foto tersebut. Hal itu juga merupakan pelanggaran hak cipta, karena foto tersebut diambil tanpa izin lalu mengunggahnya tanpa mencantumkan nama akun dari pencipta atas karya fotografi.

Secara umum, perlindungan terhadap karya cipta fotografi juga tertuang dalam Buku III BW, Pada bagian “Tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan demi Undang-Undang”. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata), yaitu termasuk dalam perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*). Dinyatakan bahwa, setiap pelanggaran hukum yang menimbulkan kerugian bagi orang lain, mewajibkan orang yang bersalah itu untuk mengganti kerumitan tersebut. Ada 4 syarat untuk menentukan suatu perbuatan dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum atau tidak, yaitu bertentangan dengan hak subjektif orang lain; bertentangan dengan kewajiban hukum pelaku; bertentangan dengan kepatutan, ketelitian, dan kehati-hatian; dan bertentangan dengan kesusilaan.<sup>9</sup>

Pengguna fotografi tanpa izin pemilik selain melanggar Undang-Undang Hak Cipta, juga melanggar Pasal 35 Undang-Undang ITE yang menyatakan bahwa:

“Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik tersebut dianggap seolah-olah data otentik”.

Perlindungan hukum hak cipta adanya suatu refleksi atas suatu perwujudan fungsi serta tujuan hukum, baik dari perlindungan hukum yang diperoleh untuk subjek hukum ketika fungsi serta tujuan dalam hukum dapat direalisasikan dengan baik. Bentuk

---

<sup>9</sup> Albert Aries, 2013, *Perbuatan Melawan Hukum dalam Hukum Perdata dan Hukum Pidana*, dalam <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana>. diakses pada 22 Oktober 2023 pukul 16.10

perlindungan hukum terhadap Hak Cipta memiliki perbedaan dari segi perlindungan hukumnya dan dijabarkan dalam dua bentuk macam perlindungan yaitu sebagai berikut :

1) Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan ini digunakan untuk melindungi dan mencegah agar tidak terjadinya suatu konflik atau sengketa dalam hak cipta suatu pembuatan karya.

2) Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan ini memiliki kegunaan untuk menyelesaikan suatu konflik atau sengketa yang terjadi dalam suatu karya hak cipta baik sengketa atau konflik yang sedang terjadi maupun yang telah terjadi.

Sebagaimana dijelaskan menurut pasal 21 Undang – undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta tidak dianggap pelanggaran apabila pemotretan yang dilakukan untuk di umumkan atas seseorang pelaku atau lebih dalam suatu pertunjukan umum walaupun yang bersifat komersial, kecuali dinyatakan lain oleh orang yang berkepentingan. Termasuk juga dalam pasal ini ialah apabila yang bersangkutan, dalam hal ini para affliator sebagai pencipta/pemilik foto dengan sengaja membuat suatu karya foto produk untuk kepentingan promosi barang dagangannya tersebut merasa dirinya dirugikan akibat karya fotografinya dipergunakan tanpa seizin dirinya, maka hal tersebut sudah jelas menjadi pelanggaran, dan yang bersangkutan dapat menuntut haknya kepada pihak yang mengambil dan memakai foto tersebut tanpa izin pencipta/pemilik foto. Hak ini berhubungan dengan Hak ekonomi dan Moral.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah berdasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya.<sup>10</sup> Adapun dalam membahas permasalahan dalam penelitian ini, maka peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan atau dipakai sebagai materi melalui beberapa cara, antara lain:

---

<sup>10</sup> Khudzaifah Dimiyati dan Kelik Wardiono, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Surakarta: Fakultas Hukum UMS, hlm. 4

## 1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*).<sup>11</sup> Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelaah berbagai aturan khusus dan regulasi yang bersangkutan dengan isu yang sedang ditangani. Pendekatan ini mempelajari terhadap adanya konsistensi dan kesesuaian antara satu pasal dengan pasal yang lain sesuai dengan konsep perlindungan hukum bagi Affiliator terhadap foto pemasaran produk yang digunakan pihak lain tanpa izin.

## 2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai data dari berbagai sumber buku, dan artikel.<sup>12</sup> Penelitian hukum normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti data sekunder yang mencakup dari bahan primer dan sekunder. Penelitian hukum normatif didefinisikan sebagai penelitian yang mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan. Soerjono Soekanto, penelitian hukum normative adalah penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka tau data sekunder. Penelitian hukum jenis ini, hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum yang dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia dianggap pantas.<sup>13</sup>

## 3. Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan sekunder, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2007, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta:Rajawali Press, hlm.137

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 1995, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta:Raja Grafindo Persaja, hlm.23

<sup>13</sup> Amiruddin Dan Asikin Zainal, 2006, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta:Rajawali Press, hlm. 118

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat otoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah pembuatan perundang-undangan. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Kitab Undang Undang Hukum Perdata.
2. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
4. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan, kelengkapan informasi pada bahan hukum primer. Bahan Hukum sekunder yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah buku-buku, makalah, karya ilmiah dari para ahli, hasil penelitian, jurnal-jurnal hukum, serta sumber lain yang relevan untuk mendukung dan memberikan konteks pada bahan hukum primer.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan dipakai oleh penulis yang akan digunakan dalam penelitian hukum ini yakni dengan menggunakan studi kepustakaan yang pengumpulan data nya memakai data hukum primer dan data hukum sekunder melalui meneliti dan mempelajari aturan Undang-Undang serta karya tulis ilmiah agar bisa menjadikan acuan bagi penelitian ini.

5. Metode Analisis data

Penulis menggunakan metode analisis data kualitatif yakni suatu tata cara penelitian yang menghasilkan deskriptif analistis, yaitu apa yang dinyatakan oleh

responden secara tertulis atau lisan, dan juga perilakunya yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.<sup>14</sup> Penelitian deksriptif bertujuan untuk menelaah dari sebuah kejadian atau gejala yang ada di masyarakat dengan memerlukan data-data penelitian, dengan cara mengumpulkan data, menganalisis data, menyajikan data dan menafsirkannya. Kemudian data kualitatif tersebut dianalisis dengan metode berfikir deduktif, yaitu pola berfikir yang mendasar pada hal-hal yang bersifat umum, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari 4 BAB yakni sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN**, memuat tentang latar belakang yakni hal yang melatar belakangi atau alasan mengapa masalah dalam penelitian hukum ini penting untuk diteliti; rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**, pada bab ini berisi mengenai norma dan doktrin tentang tinjauan umum perlindungan hukum, macam-macam perlindungan hukum, Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, dan Shopee Affiliate.

**BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, meliputi pembahasan mengenai Perlindungan Hukum Bagi Affiliator Terhadap Foto Pemasaran Produk Yang Digunakan Pihak Lain Tanpa Izin Dalam *E-Commerce* Shopee Affiliate dan Akibat Hukum Bagi Pihak Yang Menggunakan Foto Pemasaran Produk Tanpa Izin Dari Affiliator Dalam *E-Commerce* shopee

**BAB IV PENUTUP**, memuat tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini dan saran yang merupakan masukan atas permasalahan yang diteliti.

---

<sup>14</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2015, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 192