

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia membawa perubahan signifikan salah satunya dengan munculnya telepon pintar (*smartphone*). Telepon pintar adalah alat komunikasi yang mudah dibawa ke mana saja. Teknologi telepon pintar memunculkan sejumlah inovasi baru berupa aplikasi yang dapat diunduh dan diakses melalui telepon pintar. Inovasi yang paling banyak diunduh oleh masyarakat Indonesia adalah aplikasi sosial media. Sosial media banyak diunduh karena merupakan sarana untuk bersosialisasi secara *online* dengan kerabat.

Aplikasi sosial media yang paling banyak diunduh salah satunya adalah Instagram.<sup>1</sup> Instagram adalah suatu layanan yang disediakan oleh META untuk menciptakan lingkungan yang positif, inklusif, dan aman.<sup>2</sup> Indonesia tercatat sebagai negara yang memiliki pengguna Instagram paling banyak. Indonesia menduduki urutan ke-4 (empat) pada awal tahun 2023 sebagai negara paling banyak dalam penggunaan sosial media Instagram menurut *We Are Social*, yaitu sebanyak 89,15 juta pengguna.<sup>3</sup>

Instagram merupakan salah satu aplikasi telepon pintar khusus untuk sosial media yang berbasis media digital.<sup>4</sup> Instagram adalah layanan jaringan sosial berbasis fotografi.<sup>5</sup> Berbagai layanan disediakan Instagram salah satunya *Instagram Ads*

---

<sup>1</sup> GoodStats, “Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022”, <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1> diakses pada 16 November 2023 Pukul 11:15.

<sup>2</sup> Instagram, “Pusat Bantuan”, <https://id-id.facebook.com/help/instagram/581066165581870> diakses pada 13 November 2023 Pukul 16:39.

<sup>3</sup> Cindy Mutia Annur, “Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia”, dalam website Databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,yakni%2089%2C15%20juta%20pengguna%20diunduh%2016%20September%202023%20pukul%2022:16>

<sup>4</sup> Atmoko, 2012, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Mediakita.

<sup>5</sup> *Ibid*, 3.

(layanan iklan). *Instagram Ads* adalah layanan berbayar yang dikhususkan untuk pengguna Instagram mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada pengguna Instagram.<sup>6</sup> Iklan/promosi melalui Instagram hanya dengan mengunggah foto tidak membutuhkan waktu lama.

Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) menyebutkan bahwa potret merupakan karya fotografi dengan objek manusia. Potret adalah karya fotografi yang menampilkan manusia dengan berbagai ekspresi dan latar belakang foto yang berbeda.<sup>7</sup> Karya fotografi adalah seni dan proses penghasilan gambar dengan cahaya pada film.<sup>8</sup> Potret merupakan salah satu hak cipta yang dilindungi dalam Pasal 40 huruf k dan l UUHC.

Potret dalam promosi merupakan dokumen elektronik yang disusun menjadi karya situs internet yang di dalamnya dilindungi sebagai hak kekayaan intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan diatur dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Hak kekayaan intelektual atau *Intellectual Property Right* (IPR) adalah hak yang timbul dari aktivitas intelektual manusia dalam bidang industri, ilmu pengetahuan, sastra dan seni.<sup>9</sup> *Intellectual Property Right* (IPR) mengatur segala karya yang lahir dari kemampuan intelektual manusia.<sup>10</sup>

Pencipta yang menghasilkan karya cipta dari kemampuan intelektual manusia memiliki hak cipta secara otomatis. Pencipta memiliki hak cipta yang terdiri atas hak

---

<sup>6</sup> Dzikriyana, "Instagram Ads: Cara Beriklan, Tips, dan Biaya", <https://revou.co/panduan-teknis/instagramads#:~:text=Instagram%20Ads%20merupakan%20layanan%20iklan.kepada%20pengguna%20instagram%20yang%20ditargetkan>, diakses pada 12 November 2023 pukul 22:55.

<sup>7</sup> Nadillia C.P, "Fotografiana: Potret (Portrait Photography)", <http://fotografi.upi.edu/home/6-keahlian-khusus/1-potret> diakses pada 2 Januari 2024 pukul 19:37.

<sup>8</sup> Giwanda Griand, 2002, *Panduan Praktis Belajar Fotografi*, Jakarta: Puspa Swara.

<sup>9</sup> Maria Alfons, "Implementasi Hak Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Negara Hukum", *Jurnal Legislasi Indonesia* Vol. 14 No. 03 – September 2017 : 357-368.

<sup>10</sup> Bambang Kesowo, "Pengantar Umum Mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia", *Kumpulan Makalah*, tanpa tahun, hal. 139.

moral dan hak ekonomi. Hak moral tidak dapat dialihkan selama pencipta masih hidup tetapi dapat dialihkan dengan wasiat dan sebab lainnya. Hak ekonomi merupakan hak eksklusif yang dimiliki oleh pemegang hak cipta untuk mendapatkan royalti atas ciptaannya.<sup>11</sup>

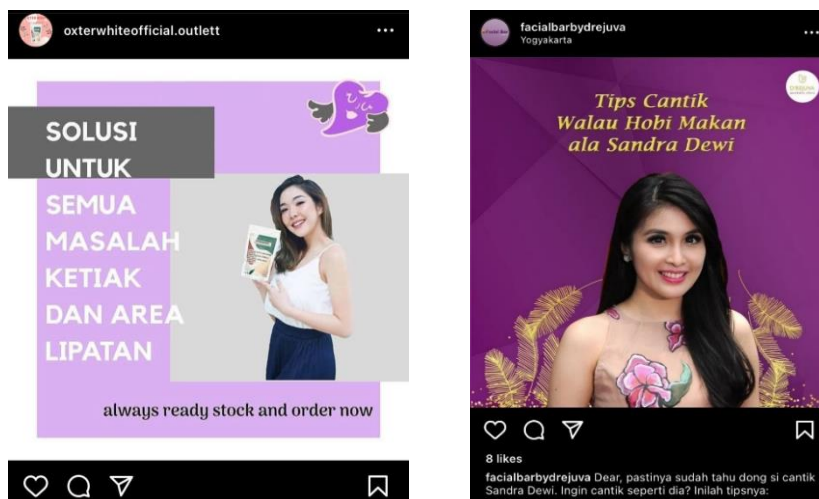
Karya potret yang dilindungi termasuk tulisan maupun latar belakang yang ada dalam potret. Promosi menggunakan potret melalui Instagram dilakukan dengan cara menyunting potret untuk menarik perhatian konsumen. Perubahan pada potret yang digunakan untuk promosi harus melalui persetujuan pencipta atau objek yang ada di dalam potret. Promosi/iklan produk seringkali menggunakan potret artis. Penggunaan potret dalam promosi/iklan dapat dilakukan jika sudah ada kerjasama antara kedua belah pihak (*celebrity endorsement*).<sup>12</sup>

Penggunaan potret dalam promosi melalui instagram sering ditemukan pelanggaran terhadap hak cipta. Pelanggaran hak cipta terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai hak kekayaan intelektual di masyarakat. Pelaku pelanggaran yang melakukan promosi menggunakan potret artis biasanya menyunting potret artis lalu menambahkan kata-kata untuk mengiklankan produk yang dijual. Akun Instagram dengan nama pengguna “oxterwhiteofficial.outlett” dan “facialbarbydrejuva” mengunggah pamflet menggunakan potret artis yang telah ditambahkan kata-kata untuk promosi. Tindakan akun “oxterwhiteofficial.outlett” dan “facialbarbydrejuva” merupakan pelanggaran terhadap hak cipta yang diatur dalam Pasal 12 UUHC. Berikut tangkapan layar dari kedua akun Instagram yang telah dijelaskan:

---

<sup>11</sup> Penjelasan Pasal 5 & 6 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

<sup>12</sup> CNN Indonesia, “Apa itu Endorse? Ini Pengertian, Manfaat, dan Cara Kerjanya”, <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230711090305-561-971875/apa-itu-endorse-ini-pengertian-manfaat-dan-cara-kerjanya>, diakses pada 29 September 2023 pukul 14:52.



Gambar 1. 1 Gambar tangkapan layar akun Instagram pelaku pelanggaran hak cipta.

Fenomena lain dialami oleh beberapa artis Indonesia yang potretnya digunakan sebagai bahan promosi produk kecantikan. Beberapa artis yang potretnya digunakan merasa dirugikan oleh tindakan pelaku. Dian Sastrowardoyo yang potretnya digunakan sebagai bahan promosi mengatakan, “hentikan praktek bisnis tak beretika” dan menghimbau masyarakat Indonesia untuk tidak tertipu oleh strategi marketing pelaku usaha.<sup>13</sup> Berikut gambar berita dari Inews Semarang mengenai Dian Sastrowardoyo:



Gambar 1. 2 Berita Dian Sastrowardoyo Menegur Pelaku Pelanggaran

<sup>13</sup> Ayu Utami Anggraeni, “Marah Fotonya Dicatu sebuah Produk, Dian Sastrowardoyo: Hentikan Praktek Bisnis Tak Beretika”, <https://semarang.inews.id/read/224757/marah-fotonya-dicatu-sebuah-produk-dian-sastrowardoyo-hentikan-praktek-bisnis-tak-beretika> diakses pada 12 November 2023 pukul 14:45.

Promosi produk kecantikan menggunakan potret artis memang sangat efektif.<sup>14</sup> Keuntungan dari promosi tersebut dapat meningkatkan rasa percaya dan minat beli konsumen terhadap produk kecantikan yang dipromosikan.<sup>15</sup> Faktor dari masyarakat yang sangat tertarik dengan kecantikan menjadi faktor utama mereka tidak berhati-hati dengan iklan yang beredar di beranda Instagram. Faktor tersebut dapat menimbulkan kerugian pada konsumen. Kerugian yang dialami konsumen dapat merugikan artis yang ada di dalam potret promosi produk kecantikan.

Perawatan wajah dengan produk *skincare* menjadi pilihan utama para perempuan. Kecantikan identik dengan wajah yang membutuhkan krim pelembab, *sunscreen*, bedak, lipstik, dan lainnya. Produk kecantikan tidak hanya untuk wajah, tetapi bisa untuk semua bagian tubuh. Pemutih badan dan lipatan pada tubuh, obat pelangsing (*collagen*), vitamin rambut dan lainnya yang termasuk ke dalam produk kecantikan.

Indonesia memiliki banyak merek kecantikan yang memakai metode promosi menggunakan artis. Klinik kecantikan milik Dr. Richard Lee menggaet Inara Rusli sebagai *Brand Ambassador*. Scarlett Whitening yang juga menggaet artis dari negeri ginseng (Korea Selatan) yaitu TWICE, EXO, dan Song Joong Ki, selain itu artis lokal seperti Sarwendah, Rey Mbayang. Merek kecantikan ternama tentu sudah memiliki kesepakatan untuk menggunakan potret artis yang bersangkutan.

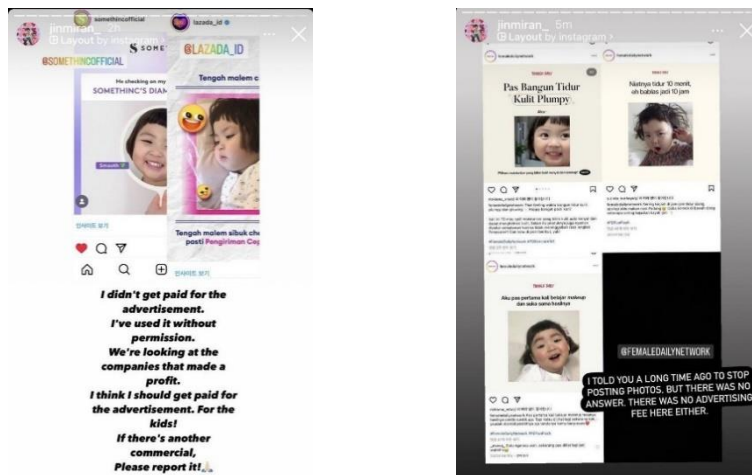
Pemilik akun Instagram dengan nama pengguna *somethincofficial*, *lazada\_id*, dan *femaledailynetwork* merupakan merek kecantikan asal Indonesia yang menggunakan potret artis cilik asal Korea Selatan sebagai bahan promosi. Tindakan merek kecantikan Somethinc, Lazada, dan Femaledailynetwork memunculkan kemarahan dari si ibu sebagai pemilik hak cipta atas potret anak kecil yang digunakan sebagai bahan promosi.

---

<sup>14</sup> Putri Komala Sari, Linda Rosalina, "Pengaruh Promosi Terhadap Perilaku Beli Konsumen Pada Produk Tata Rias Wajah", *Universitas Negeri Padang*, 2021.

<sup>15</sup> Debasis Pradhan, "Celebrity Endorsement How Celebrity Brand User Personality Congruence Affects Brand Attitude and Purchase Intention", *Journal of Marketing Communication*, (June.), 2014, hlm. 5.

Ibu dari anak yang potretnya digunakan sebagai pemilik akun Instagram “jinmiran\_” mengunggah *story* Instagram. Berikut tangkapan gambar *story* akun Instagram “jinmiran\_”:



Gambar 1. 3 Tangkapan layar story Instagram Jinmiran\_

Pasal 12 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) berisi tentang hak ekonomi terhadap karya fotografi dan potret milik Pencipta. Pelaksanaan perlindungan terhadap karya fotografi dan potret saat ini semakin terabaikan.<sup>16</sup> Hak cipta tidak hanya menuturkan bahwa sebuah hak cipta tidak hanya memikirkan tentang kemanfaatan atau perlindungan hak cipta untuk kepentingan masyarakat, tetapi juga memperhatikan kepentingan dari sisi pencipta atau pemegang hak cipta.<sup>17</sup> Tindakan promosi menggunakan potret artis melalui instagram melanggar hak eksklusif pencipta sebagaimana diatur dalam Pasal 12 ayat (1) UUHC karena terdapat penggunaan secara komersial, penggandaan, kepentingan reklame atau periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari yang dipotret atau ahli warisnya.

<sup>16</sup> William Jaya Suprana, “Lisensi Hak Cipta dan Perlindungan Hukum Hak Cipta atas Konten Fotografi dan Potret dalam Penggunaan Instagram”, *Universitas Sumatera Utara*, 2020, hlm. 185.

<sup>17</sup> Universitas Gadjah Mada Fakultas Hukum, “Pertentangan Norma Perlindungan Hak Cipta di Indonesia”, <https://law.ugm.ac.id/petentangan-norma-perlindungan-hak-cipta-di-indonesia/> diakses pada 07 Januari 2024 pukul 17:04.

Tika Panggabean melalui akun instagramnya “botikapanggabean” mengunggah foto dirinya yang dijadikan pamflet promosi penurunan berat badan dengan tulisan *HOAX*. Tindakan Tika Panggabean untuk menghimbau pengikutnya di Instagram maupun masyarakat Indonesia agar tidak tertipu dengan promosi yang menyatakan bahwa Tika Panggabean menggunakan produk penurunan berat badan dari merek tersebut. Berikut tangkapan layar Instagram artis Tika Panggabean yang menyebarkan informasi mengenai potretnya yang dijadikan pamflet penurunan berat badan:



Gambar 1. 4 Tangkap Layar akun Instagram Tika Panggabean

Pasal 3 ayat (4) huruf i Peraturan Menteri Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat terkait efektifitas pengawasan dan penegakan hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Instagram sebagai sarana promosi diharuskan memiliki kebijakan bagi pengguna yang menggunakan layanannya. Instagram berkomitmen untuk membantu orang-orang atau organisasi untuk melindungi hak kekayaan intelektual mereka.<sup>18</sup> Promosi yang dilakukan melalui Instagram dengan menggunakan potret artis tanpa izin pencipta dan/atau pemegang hak cipta bertentangan dengan kebijakan Instagram. Pengguna Instagram dapat melaporkan akun yang melanggar kebijakan Instagram. Kebijakan yang diberikan oleh Instagram berupa laporan formulir pengaduan yang ada di laman

<sup>18</sup> *Op.cit.*

Instagram. Instagram memiliki tim dan sistem yang digunakan untuk menangani penyalahgunaan dan pelanggaran ketentuan kebijakan yang merugikan dan menyesatkan.<sup>19</sup>

*Database* Instagram tidak bisa menemukan kesamaan potret satu dengan yang lain. Perbedaan terdapat pada *database* Youtube yang dapat menemukan kesamaan jika terjadi *plagiarism* secara langsung tanpa melakukan laporan.<sup>20</sup> Instagram harus menunggu adanya laporan pelanggaran hak cipta untuk dapat ditindaklanjuti. Langkah selanjutnya dalam menanggapi pengaduan pengguna, Instagram hanya menarik unggahan yang bersangkutan dengan informasi bahwa pengguna telah melakukan pelanggaran.

Pemilik hak cipta atas potret berhak mendapatkan royalti dari pelaku usaha yang menggunakan potretnya. Royalti adalah imbalan atas pemanfaatan hak ekonomi suatu ciptaan atau produk hak terkait yang diterima oleh pencipta atau pemilik hak terkait.<sup>21</sup> Potret yang digunakan dalam promosi di *platform* Instagram merupakan milik pribadi pengguna Instagram dan fotografer. Pelanggaran hak cipta pada potret telah melanggar hak eksklusif yang dimiliki pencipta.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat judul dalam skripsi ini yaitu **“PERLINDUNGAN HUKUM PENGGUNAAN POTRET ARTIS PADA PAMFLET PROMOSI PRODUK KECANTIKAN DI APLIKASI INSTAGRAM”**

---

<sup>19</sup> *Op.cit.*

<sup>20</sup> Youtube, “Hak Cipta”, [https://www.youtube.com/intl/ALL\\_id/howyoutubeworks/policies/copyright/#enforcing-copyright](https://www.youtube.com/intl/ALL_id/howyoutubeworks/policies/copyright/#enforcing-copyright) diakses pada 12 Desember 2023 pukul 20:14.

<sup>21</sup> Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, “Pencatatan Karya Cipta Jadi Dasar Hukum untuk Mengklaim Royalti”, *Kantor Wilayah: Nusa Tenggara Timur*, 2022.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum penggunaan potret artis tanpa izin dari pencipta dan/atau pemegang hak cipta pada pamflet promosi produk kecantikan di aplikasi Instagram?
2. Bagaimana upaya Instagram sebagai penyelenggara sistem elektronik untuk menghindari penyalahgunaan hak cipta potret pada Instagram?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum atas penggunaan potret artis pada pamflet promosi produk kecantikan di aplikasi Instagram.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan Instagram untuk menghindari penyalahgunaan hak cipta.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang diperoleh dari melakukan penelitian ini yakni:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan, serta menambah pengetahuan dalam ilmu pengetahuan pada bidang hukum yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual dengan melalui perlindungan hukum terhadap penggunaan potret artis pada pamflet promosi

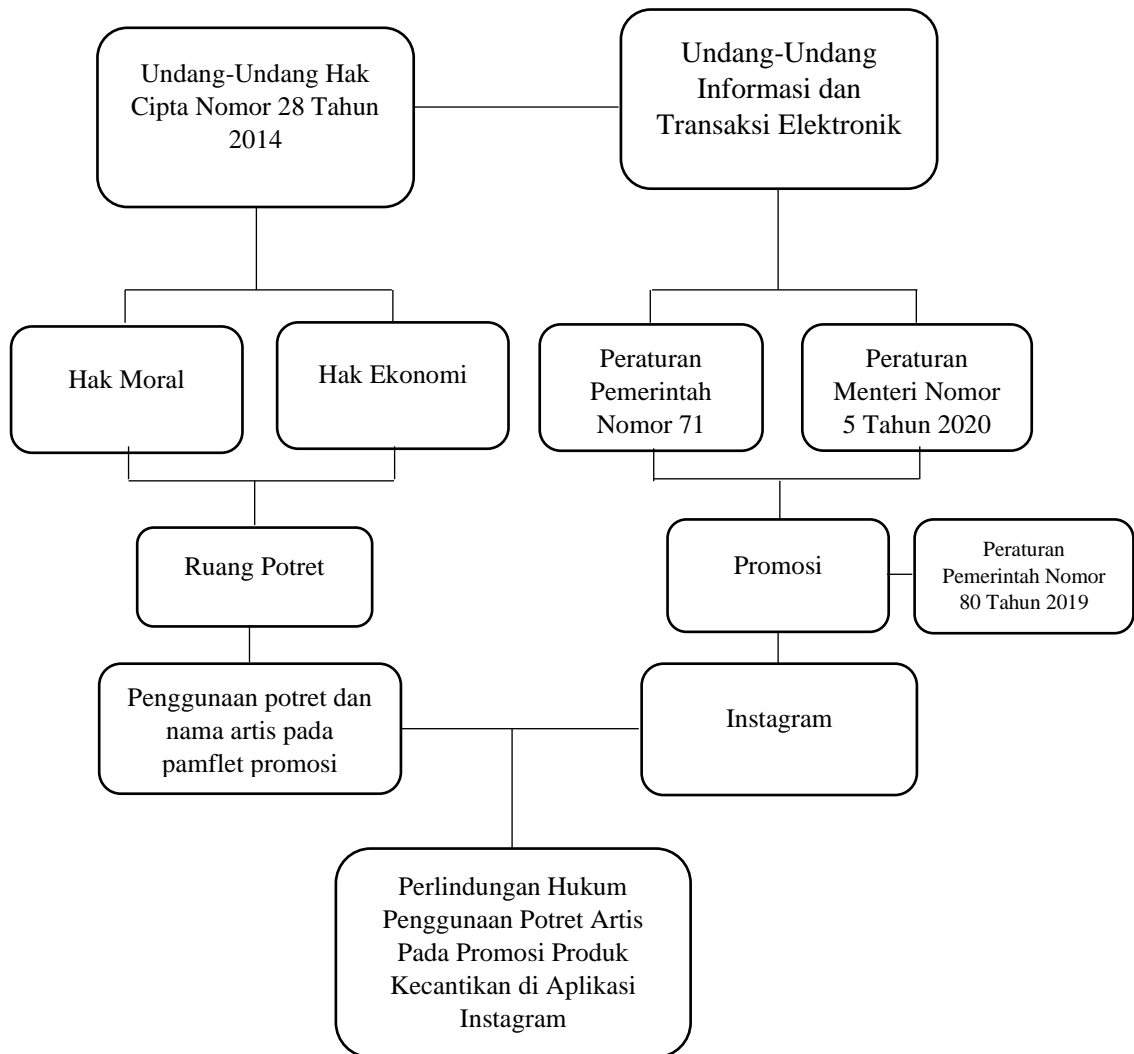
produk kecantikan di aplikasi Instagram terutama bagi pembaca khususnya Mahasiswa/i Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan yang berisi informasi atau sumber terkait perlindungan hukum terhadap penggunaan potret artis. Sehingga dapat dijadikan sebagai acuan atau bahan penelitian lebih lanjut oleh pembaca maupun masyarakat luas mengenai perlindungan hukum terhadap penggunaan potret artis.

## E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menurut Dominikus Dolet Unaradjan adalah dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan, yang akan menjadi dasar dalam penelitian. Skema kerangka pemikiran ini dapat disajikan sebagai berikut:



Gambar 1. 5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini dibuat sebagai uraian mengenai konsep penulis dalam berpikir sebagai dasar panduan untuk membantu memahami dan menganalisis penelitian. Penelitian ini akan menggunakan UUHC, UU ITE, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik,

Peraturan Menteri Nomor 5 Tahun 2020 Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

1) Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC)

Potret adalah karya fotografi dengan objek manusia. Penggunaan potret secara komersial dan penggandaan guna kepentingan reklame atau periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis dari pencipta dan/atau pemegang hak cipta yang dipotret atau ahli warisnya. Pasal-pasal dalam UUHC yang akan digunakan sebagai bahan analisis yaitu Pasal 1 angka 1, Pasal 1 angka 2, Pasal 1 angka 3, Pasal 1 angka 10 mengenai hak cipta. Pasal 1 angka 21 akan menjelaskan mengenai royalti. Pasal 3, Pasal 4, dan Pasal 5 akan menjelaskan mengenai hak eksklusif yaitu hak ekonomi dan hak moral. Pasal 8 dan 9 mengenai hak ekonomi. Pasal 12 yang akan menjelaskan mengenai hak ekonomi atas potret. Pasal 40 huruf k dan l menjelaskan mengenai karya fotografi dan potret. Pasal 54 mengenai upaya pencegahan pelanggaran hak cipta melalui sistem elektronik. Pasal 95 dan Pasal 99 akan menjelaskan mengenai penyelesaian perkara hak cipta.

2) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Informasi elektronik adalah sekumpulan data elektronik termasuk pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, elektronik data *interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), huruf, tanda, angka, kode akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. Pasal UU ITE yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Pasal 1 angka 3 menjelaskan teknologi informasi. Pasal 1 angka 4 menjelaskan mengenai dokumen elektronik. Pasal 1 angka 5 menjelaskan

mengenai sistem elektronik. Pasal 1 angka 6 menjelaskan mengenai penyelenggara sistem elektronik. Pasal 3 menjelaskan terkait pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik. Pasal 15 menjelaskan tentang penyelenggara sistem elektronik. Pasal 32 menjelaskan terkait sarana pelaporan.

- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik

Sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang memiliki fungsi untuk mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik. Pasal yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Pasal 3 menjelaskan terkait sistem elektronik yang andal dan aman. Pasal 5 ayat (1) menjelaskan mengenai penyelenggara sistem elektronik.

- 4) Peraturan Menteri Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat

Penyelenggara sistem elektronik lingkup privat (PSE) adalah sistem yang menyediakan penayangan, pengunggahan, dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dilakukan oleh pengguna sistem elektronik. Pasal yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu, Pasal 1 angka 6 akan menjelaskan terkait penyelenggara sistem elektronik lingkup privat. Pasal 1 angka 7 dan Pasal 10 menjelaskan mengenai *user generated content*. Pasal 3 ayat (4) huruf i mengenai efektifitas pengawasan dan penegakan hukum. Pasal 9 ayat (1) menjelaskan mengenai sistem elektronik yang andal dan aman. Pasal 9 ayat (3) akan menjelaskan mengenai sarana pelaporan.

- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui perangkat elektronik. Pasal yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Pasal 13 menjelaskan tentang pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memecahkan ataupun cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah.<sup>22</sup> Metode penelitian yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Metode Pendekatan**

Berdasarkan dengan judul dan permasalahan yang akan diteliti penulis menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Yuridis normatif adalah penelitian yang mengacu berdasarkan pada norma-norma dan kaidah-kaidah hukum, peraturan perundang-undangan yang berlaku, teori-teori, dan doktrin hukum, yurisprudensi, dan bahan-bahan kepustakaan lainnya yang mendukung topik penelitian.<sup>23</sup> Pendekatan dengan metode yuridis normatif biasa juga disebut dengan hukum doktrinal.<sup>24</sup> Penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif sebagai bahan untuk perbandingan norma-norma hukum yang diharapkan dengan yang terjadi sebenarnya.

### **2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan oleh penulis adalah data sekunder yang diperoleh penulis dengan cara pengumpulan data dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Berikut bahan hukum terdiri dari:

---

<sup>22</sup> Joenaidi Efendi & Johnny Ibrahim, 2018, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Prenadamedia Group, Jakarta, hlm. 3.

<sup>23</sup> Hanafi Arief & Ningrum Ambarsari, 2018, *Penerapan Prinsip Restorative Justice dalam Sistem Peradilan Pidana di Indonesia*, (Universitas Islam Kalimantan, hlm. 175.)

<sup>24</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum Kencana*, Prenadamedia Group, Jakarta, hlm. 35.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat.<sup>25</sup> Bahan hukum primer terdiri dari norma-norma yang telah dikumpulkan untuk mengkaji permasalahan yang diteliti yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC).
- 2) Undang-Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- 4) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik.
- 6) Peraturan Menteri Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.
- 7) Peraturan Menteri Nomor 10 Tahun 2021 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.
- 8) Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum sekunder merupakan bahan yang digunakan untuk menjelaskan makna hukum primer.<sup>26</sup> Bahan hukum sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>25</sup> Soekanto dan Sri Mamudji, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram, hlm. 61.

<sup>26</sup> Seorjono Soekanto dan Sri Mamudji (2003), *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 61.

- 1) Jurnal hukum yang berkaitan dengan hak cipta.
- 2) Jurnal hukum yang berkaitan dengan penyelenggara sistem elektronik.
- 3) Buku-buku yang berkaitan dengan hak cipta.
- 4) Buku-buku yang berkaitan dengan penyelenggara sistem elektronik.
- 5) Penelitian terdahulu yang berkaitan.
- 6) Dokumen yang berkaitan.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian terhadap permasalahan yang ada adalah studi pustaka (*library research*). Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan cara mencari sumber buku-buku, jurnal-jurnal, dan melakukan riset terhadap penelitian terdahulu.<sup>27</sup>

### 4. Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini berpedoman pada metode kualitatif untuk menghasilkan informasi deskriptif analitis, yaitu dengan dilakukannya pengamatan, analisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi<sup>28</sup>, suatu dari data-data yang telah diperoleh dan menggabungkan satu persatu data dengan norma-norma hukum dalam peraturan hukum terkait dengan permasalahan hukum yang dikaji.

## G. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan merupakan bentuk kerangka penyusunan dalam skripsi yang di dalamnya berisi bab awal, bab isi, dan bab akhir. Sistematika dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> Adlini Miza Nina, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka", *Sumatera Utara Medan: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2022, hlm. abstrak.

<sup>28</sup> I Made Winartha, 2006, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta : Gaha Ilmu, hlm. 155.



BAB I, terdiri dari pendahuluan yang berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II, terdiri dari landasan teoritis atau yang berisikan tinjauan umum hak cipta yang memuat tentang perkembangan perundang-undangan di Indonesia, pengertian hak cipta, sifat-sifat hak cipta, hak ekonomi dan hak moral, serta ciptaan yang dilindungi dan tidak dilindungi. Tinjauan umum mengenai penyelenggara sistem elektronik. Tinjauan umum potret, dan tinjauan umum mengenai Instagram.

BAB III, terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang menjawab rumusan masalah dengan data yang relevan dengan penelitian yang dikaji. Terdiri dari perlindungan hukum penggunaan potret artis tanpa izin pencipta dan/atau pemegang hak cipta pada pamflet promosi produk kecantikan di aplikasi Instagram dan upaya Instagram sebagai penyelenggara sistem elektronik untuk menghindari penyalahgunaan hak cipta potret pada Instagram.

BAB IV, terdiri dari kesimpulan dan saran yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang ada di dalam skripsi dan kesimpulan digunakan dalam landasan penyampaian saran. Daftar pustaka yang berisi mengenai sumber rujukan atau referensi yang digunakan penulis selama melakukan penelitian.