

SKRIPSI

PERLINDUNGAN HAK CIPTA ATAS POTRET PRIBADI
DALAM PENGGUNAAN PROMOSI PRODUK
IKLAN SKINCARE DI MEDIA SOSIAL

MARSYARAH

I01 20 515

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum



KONSENTRASI PERDATA
PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS ILMU SOSIAL, ILMU POLITIK DAN HUKUM
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2025

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

JUDUL : PERLINDUNGAN HAK CIPTA ATAS POTRET
PRIBADI DALAM PENGGUNAAN PROMOSI
PRODUK IKLAN SKINCARE DI MEDIA SOSIAL
NAMA : MARSYARAH
NIM : I01 20 515
PROGRAM STUDI : Hukum

Telah diperiksa dan dinyatakan memenuhi syarat untuk melaksanakan ujian skripsi.

Majene, 23 Mei 2025

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Ika Novitasari, S.H., M.H.
NIP.198911052019032020

Pembimbing II

Sulaeman, S.H., M.H.
NIDN.0912107403

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Hukum

Dr. Thamrin Pawalluri, S.Pd., M.Pd.
NIP.197001311998021005

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HAK CIPTA ATAS POTRET PRIBADI
DALAM PENGGUNAAN PROMOSI PRODUK
IKLAN SKINCARE DI MEDIA SOSIAL**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MARSYARAH

I01 20 515

Telah diajukan di depan dewan penguji

Pada Tanggal 23 Mei 2025

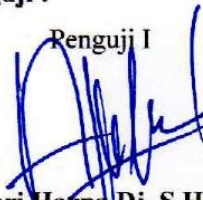
Susunan Dewan Penguji :

Pembimbing I



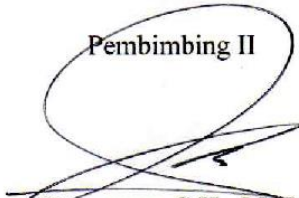
Ika Novitasari, S.H., M.H.
NIP.198911052019032020

Penguji I



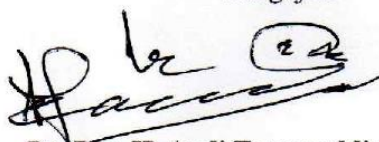
Akhdiari Harpa Dj. S.H., M.H.
NIP.1980111020212110006

Pembimbing II



Sulaeman, S.H., M.H.
NIDN.0912107409403

Penguji II



Dr. Drs. H. Andi Tamaruddin, S.Ag., M.H.
NIP.196212311996031023

Penguji III



Rezki Amaliah, S.H., M.H.
NIDN.00227089701

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : **MARSYARAH**

NIM : **I01 20 515**

PROGRAM STUDI : **Hukum**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis menjadi acuan dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Majene, 26 Mei 2025



MARSYARAH
I01 20 515

ABSTRAK

Marsyarah, I0120515, “Perlindungan Hak Cipta Atas Potret Pribadi Dalam Penggunaan Promosi Produk Iklan Skin Care Di Media Sosial”. (Pembimbing : Ika Novitasari, S.H.,M.H dan Sulaeman, S.H., M.H)

Kemajuan teknologi digital telah mendorong maraknya penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran, termasuk dalam industri skin care. Salah satu praktik yang sering terjadi adalah penggunaan potret pribadi tanpa izin dalam promosi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum atas hak cipta dan hak individu terkait penggunaan potret pribadi dalam iklan skin care di media sosial, serta implikasi hukum bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan analisis kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan potret pribadi tanpa izin dapat melanggar hak cipta, hak atas privasi, dan hak atas publikasi seseorang. Dalam konteks hukum hak cipta, potret pribadi yang diambil oleh fotografer memiliki perlindungan sebagai karya fotografi, sementara individu dalam foto memiliki hak eksklusif atas citra dirinya. Selain itu, regulasi perlindungan data pribadi juga mengatur bahwa setiap penggunaan identitas visual seseorang untuk kepentingan komersial harus mendapatkan persetujuan eksplisit.

Implikasi hukum bagi pelaku usaha yang menggunakan potret pribadi tanpa izin meliputi sanksi perdata dalam bentuk tuntutan ganti rugi, sanksi administratif berupa penghapusan konten atau pemblokiran akun di media sosial, serta potensi sanksi pidana dalam kasus tertentu. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum hak cipta dan hak privasi guna menghindari risiko hukum serta menciptakan ekosistem bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab.

Kata Kunci : Hak Cipta, Potret Pribadi, Iklan Skincare, Media Sosial, Perlindungan Hukum

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hak cipta adalah hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta atas karya ciptaannya. Di Indonesia, hak cipta diatur dalam undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta. Undang-undang ini melindungi karya-karya orisinal yang dihasilkan oleh pencipta, termasuk karya fotografi. Hak cipta memberikan hak kepada pemiliknya untuk mengendalikan penggunaan karya mereka, termasuk penggunaan untuk tujuan komersial.¹

Era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk promosi produk, termasuk produk perawatan kulit (skincare). Penggunaan gambar dan foto sebagai alat promosi menjadi strategi yang umum digunakan oleh banyak perusahaan dan individu. Namun, praktik ini menimbulkan berbagai isu hukum, terutama terkait dengan hak cipta dan hak privasi.

Perkembangan teknologi digital dan media sosial dalam beberapa tahun terakhir membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pemasaran dan promosi produk. Media sosial sebagai platform yang sangat populer, memberikan peluang luas bagi perusahaan untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang lebih kreatif dan langsung.² Salah satu metode promosi yang semakin banyak digunakan adalah melalui penggunaan potret pribadi, terutama dalam iklan produk skin care.

¹ Hasna Wijayati. *Himpunan Undang-Undang Hak Cipta Paten & Merek*. (Jakarta : Anak Hebat Indonesia, 2022). Hlm. 15

² Eka Sudarmaji. *Digital Bussines*. (Jawa Tengah : Eureka Media Aksara, 2022). Hlm. 24

Penggunaan potret pribadi dalam promosi produk skin care sering kali melibatkan individu yang terlihat dalam iklan atau postingan media sosial dengan tujuan menarik perhatian konsumen. Potret ini bisa berupa foto-foto yang menampilkan hasil penggunaan produk, testimoni visual, atau bahkan endorsement langsung dari influencer atau selebriti. Walau hal ini dapat meningkatkan daya tarik iklan dan meningkatkan penjualan, ada isu penting terkait dengan perlindungan hak cipta dan hak atas potret pribadi.³

Penggunaan foto tanpa izin dari pemilik hak cipta merupakan pelanggaran hak cipta. Pemilik hak cipta memiliki hak eksklusif untuk menggunakan, memproduksi ulang, dan mendistribusikan karya mereka. Tanpa izin eksplisit dari pemilik hak cipta, penggunaan foto untuk promosi komersial melanggar hak-hak ini. Selain hak cipta, penggunaan foto orang lain tanpa izin juga dapat melanggar hak privasi individu yang ada dalam foto tersebut.⁴

Setiap individu memiliki hak atas privasi dan kendali atas bagaimana gambar mereka digunakan. Penggunaan foto tanpa izin dapat dianggap sebagai penyalahgunaan atau pencemaran nama baik. Perusahaan atau individu yang menggunakan foto tanpa izin dapat dikenakan sanksi hukum. Ini bisa berupa ganti rugi finansial kepada pemilik hak cipta atau individu yang ada dalam foto, serta perintah untuk menghentikan penggunaan foto tersebut.

³ Nina Apriliana & Diana Rahmawati. “Penyalahgunaan Foto Produk Iklan Secara Komersial Dimarketplace Tanpa Seizin Pemegang Hak Cipta”. Jurnal Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat. Volume 2. Nomor 2. Tahun 2024.

⁴ Erwan Setyanoor. “Penggunaan Potret Orang Lain Sebagai Media Promosi (Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014)”. Jurnal Ekonomi Syariah Stai Darul Ulum Kandangan. Volume 1. Nomor 1. Tahun 2023.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis dan promosi produk. Media sosial menjadi salah satu platform yang paling efektif untuk promosi produk, termasuk produk kecantikan seperti skin care. Namun, penggunaan foto orang lain tanpa izin untuk kepentingan promosi sering kali menimbulkan masalah hukum yang serius, terutama terkait dengan hak cipta.⁵

Kabupaten Polewali Mandar, seperti daerah lain di Indonesia, tidak luput dari fenomena ini. Banyak pelaku bisnis yang menggunakan foto orang lain tanpa izin untuk promosi produk skin care di media sosial. Hal ini tidak hanya melanggar hak cipta tetapi juga berpotensi merusak reputasi bisnis dan menimbulkan konflik hukum.

Melalui promosi menggunakan media online sangat mudah dan dianggap sedikit mengeluarkan biaya karena hanya memerlukan internet dalam penggunaannya selain itu promosi secara online juga dapat menjangkau berbagai belahan dunia. Hal ini karena melalui internet orang berbeda negara bisa saling melihat dan bahkan bisa berbelanja. Berbeda halnya dengan promosi secara konvensional yang memerlukan tempat dan bahkan barang yang banyak agar dilihat masyarakat.⁶

Promosi secara online di era ini biasanya menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan *line*. Dalam Promosi di media sosial pada umumnya menggunakan potret yang menarik agar para konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut. Semakin tinggi kreativitas produsen dalam melakukan

⁵ Anzu Elvia Zahara. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Jambi : Sonpedia Publishing. 2024) Hlm. 44

⁶ *Ibid.*, Hlm. 43

promosi dengan menggunakan potret terhadap produknya maka hal ini akan membuat konsumen berminat untuk membeli produk tersebut. Tidak jarang untuk produk berupa pakaian, makeup bahkan makanan potret produk menggunakan model sebagai contoh dalam produk tersebut.⁷

Penggunaan model sebagai contoh dalam promosi beberapa produk sangat sering dilakukan belakangan ini oleh pelaku usaha di media social terutama untuk produk kecantikan. Sebelum memasarkan suatu produk melalui media online dibutuhkan adanya foto yang menampilkan atau menonjolkan objek produk yang akan dipasarkan. Foto sebuah produk yang diunggah ke Instagram oleh seorang pelaku usaha menjadi daya tarik bagi para pembeli. Hal itu yang membuat beberapa pelaku usaha berusaha menciptakan suatu karya foto produk yang bagus agar produk yang dipromosikan melalui foto tersebut menarik untuk dibeli oleh masyarakat.⁸

Maraknya penjualan skin care saat ini banyak menimbulkan kerugian karena para pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab yang secara sadar menggunakan foto produk lain salah satunya Di Kabupaten Polewali Mandar sering terjadi penjualan skin care secara online dengan berbagai merek yang berbeda namun ada sebagian pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab menggunakan karya orang lain atau hasil foto model dari produk orang lain demi keuntungan pribadi tanpa adanya izin dari pencipta foto itu sendiri.⁹

⁷ *Ibid.*, Hlm. 13.

⁸ Rutinalas, *E-Commerce: Optimalisasi Dalam Membangun Bisnis Melalui Teknologi Informasi*. (Jakarta : Arjuna Indonesia Mendunia. 2024). Hlm. 33

⁹ Citra Ramadhan & Fitri Yanni Dewi Siregar, *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. (Medan : Universitas Medan Area Press. 2023). Hlm. 66

Penggunaan foto orang lain tanpa izin untuk promosi produk skincare di media sosial menimbulkan berbagai masalah hukum yang serius. Pelanggaran hak cipta dan hak privasi dapat berdampak negatif pada reputasi dan finansial perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan dan individu untuk memastikan bahwa mereka memiliki izin yang diperlukan sebelum menggunakan foto untuk tujuan promosi. Dengan mematuhi peraturan hak cipta dan privasi, perusahaan dapat menghindari konflik hukum dan membangun praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab.¹⁰

Hak cipta atas potret pribadi merujuk pada perlindungan hukum yang diberikan kepada individu terhadap penggunaan gambar atau potret mereka tanpa izin. Dalam konteks promosi produk skin care, perlindungan ini menjadi krusial karena sering kali potret pribadi digunakan untuk kepentingan komersial tanpa pemahaman yang cukup tentang hak dan kewajiban hukum antara pihak-pihak yang terlibat.

Pemilik potret dapat mengendalikan bagaimana gambar mereka digunakan, praktik di media sosial sering kali membuat batasan ini menjadi kabur. Banyak individu yang tidak sepenuhnya menyadari hak mereka atau bagaimana melindunginya ketika foto mereka digunakan dalam promosi. Hal ini juga diperparah dengan adanya perbedaan dalam hukum hak cipta di berbagai negara, yang dapat menambah kompleksitas dalam penegakan hak cipta atas potret pribadi.¹¹

¹⁰ David Dwimarta. *Bisnis Online*. (Jakarta : Kata Buku. 2021). Hlm. 4

¹¹ Hendri Khuan. *Perlindungan Hak Cipta Di Indonesia: Panduan Hukum dan Praktik Terbaik*. (Suka Bumi : Arunika Aksa Karya. 2024). Hlm. 19

Permasalahan ini menimbulkan tantangan bagi pelaku industri skin care dan influencer, serta menuntut adanya pemahaman yang lebih baik mengenai hak cipta dan perlindungan potret pribadi di media sosial. Oleh karena itu, penting untuk memahami regulasi yang ada serta menerapkan praktik terbaik dalam penggunaan potret pribadi untuk promosi produk, guna memastikan bahwa hak-hak individu dihormati dan dilindungi dengan baik.

Dalam konteks ini, kajian tentang perlindungan hak cipta atas potret pribadi dalam promosi produk skin care di media sosial menjadi relevan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana hak-hak ini dapat dilindungi dan ditegakkan, serta bagaimana para pemangku kepentingan dapat beroperasi secara etis dan legal di era digital ini.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik mengangkat judul Skripsi Tentang **“Perlindungan Hak Cipta Atas Potret Pribadi Dalam Penggunaan Promosi Produk Iklan Skin Care Di Media Sosial ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah dampak hukum penggunaan foto orang lain atas promosi skincare?
2. Bagaimana perlindungan bagi si korban yang dirugikan serta dampak hukum yang diterima oleh pelaku usaha yang menggunakan foto orang lain?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dampak hukum penggunaan foto orang lain atas promosi skincare.
2. Untuk mengetahui perlindungan bagi si korban yang dirugikan serta dampak hukum yang diterima oleh pelaku usaha yang menggunakan foto orang lain.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk memberikan sumber pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum perdata pada umumnya khususnya undang-undang hak cipta.
2. Sebagai bahan referensi dalam hal pendalaman mengenai tentang hak cipta mengenai penggunaan foto orang lain tanpa izin untuk promosi skincare di media sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hak Cipta

Hak cipta adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta atau pemegang hak cipta atas suatu ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Hak ini memberikan kewenangan kepada pencipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, atau memberikan izin kepada pihak lain untuk melakukannya. Menurut 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.”¹²

Hak cipta tentunya memiliki beberapa karakteristik utama sebagai penanda hak eksklusif antara lain sebagai berikut :

1) Bersifat Deklaratif

Hak cipta timbul secara otomatis setelah karya tercipta dalam bentuk nyata, tanpa perlu pendaftaran. Namun, pendaftaran tetap dapat dilakukan sebagai alat bukti hukum dalam sengketa.

2) Memberikan Hak Eksklusif

Pencipta berhak secara eksklusif untuk mengumumkan, memperbanyak, dan memberikan izin atas pemanfaatan ciptaannya.

¹² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

3) Tidak Memerlukan Novum (Kebaruan) Mutlak

Berbeda dengan paten yang mensyaratkan kebaruan absolut, hak cipta tidak mensyaratkan hal tersebut. Asal karya tersebut orisinal (tidak menjiplak) dan dituangkan secara konkret, maka mereka dilindungi.

4) Meliputi Hak Moral dan Hak Ekonomi

Hak moral mencakup hak untuk tetap diakui sebagai pencipta, sementara hak ekonomi mencakup hak untuk memperoleh manfaat finansial dari ciptaan tersebut.

5) Durasi Perlindungan Terbatas

Umumnya, hak cipta berlaku selama hidup pencipta ditambah 70 tahun setelah kematiannya (untuk ciptaan individu), atau sejak pertama kali diumumkan (untuk badan hukum), tergantung jenis ciptaan.

6) Berlaku Teritorial, tetapi Mengikuti Konvensi Internasional

Hak cipta berlaku di negara yang mengakui perlindungan tersebut. Namun, Indonesia juga menjadi bagian dari berbagai konvensi internasional seperti Berne Convention dan TRIP, sehingga hak cipta Indonesia bisa berlaku lintas negara.¹³

1. Pengertian Hak Cipta

Menurut Miller dan Davis menyatakan pemberian hak cipta berlandaskan pada kriteria keaslian atau kemurnian (*originality*) memiliki makna bahwa ciptaan tersebut asli berasal dari pencipta yang sebenarnya atau bersifat orisinal. Menurut Soerjono Soekanto, hak cipta memberikan keistimewaan hukum kepada pencipta,

¹³ Wendelina Ernatudera, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Moral Pencipta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014". Jurnal Fakultas Hukum Universitas Wijaya Putra. Volume 1. Nomor 2. Tahun 2023.

sehingga hanya pencipta berhak untuk memperbanyak, mengumumkan, dan memberi izin atas karya tersebut kepada pihak lain.

Menurut pendapat lainnya menyatakan secara sederhana pengertian hak cipta merupakan karya atau perwujudan atau ekspresi dalam bentuk fisik dari ide atau pikiran bukan ide atau pikiran itu sendiri. Selain itu meninjau Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, pada pengertian tersebut diketahui bahwa dengan lahirnya hak cipta pencipta mendapatkan keistimewaan secara khusus atas karya cipta yang dihasilkan. Artinya, hanya pencipta yang memiliki hak atas ciptaan tersebut dan penggunaan ciptaan tersebut menjadi kewenangan pencipta sepenuhnya.¹⁴

Hak cipta merupakan hak eksklusif yang diberikan kepada pencipta atas karya orisinalnya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Hak ini memberikan kewenangan pencipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, serta memberikan izin kepada pihak lain untuk melakukan hal tersebut, tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut Rachmat Idisetyo, hak cipta adalah hak eksklusif yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa memerlukan pendaftaran. Buku ini menjelaskan bahwa hak cipta mencakup berbagai aspek, termasuk hak moral dan hak ekonomi, serta pentingnya perlindungan hukum terhadap karya cipta.¹⁵

¹⁴ *Ibid.*, Hlm. 22

¹⁵ Rachmat Idisetyo. *Memahami Hak Cipta Dalam Tanya Jawab*. (Yogyakarta : Deepublish Digital. 2024). Hlm 5

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia juga mendefinisikan hak cipta sebagai 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. Hak cipta mencakup berbagai bidang, termasuk ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, serta program komputer. Hak cipta berlaku selama hidup pencipta ditambah 70 tahun setelah pencipta meninggal dunia.

Kesimpulan dari pendapat dan argumen mengenai pengertian hak cipta diatas, hak cipta merupakan sesuatu hal yang timbul secara otomatis atas karya atau ekspresi seseorang dalam bentuk nyata sebagai suatu hak eksklusif. Hak eksklusif tersebut dapat berupa hak moral dan hak ekonomi.

2. Ruang Lingkup Hak Cipta

Hak cipta terbagai dalam beberapa ruang lingkup untuk memberikan perlindungan hak cipta :¹⁶

- 1) Setiap karya cipta haruslah memiliki wujud atau wajah "*typholograp hical arrangement*" dimana merupakan ruang lingkup kesenian yang tersusun dan bentuk tulisan suatu karya tulis dari komposisi, hiasan, susunan warna, tata letak huruf yang indah secara menyeluruh memiliki ciri tersendiri.
- 2) Alat-alat peraga merupakan ciptaan yang memiliki bentuk 2 atau 3 dimensi yang berhubungan terhadap geografi, topografi, arsitektur, biologi, atau ilmu pengetahuan lainnya.

¹⁶ *Ibid.*, Hlm. 14

- 3) Lagu tanpa teks diartikan sebagai yang bersifat utuh.
- 4) Gambar adalah antara lain motif, diagram, sketsa, logo, unsur-unsur warna bentuk huruf indah. Yang dimaksud dengan kolase adalah komposisi artistik yang dibuat dari berbagai bahan, misalnya kain, kertas, yang ditempelkan pada permukaan sketsa atau media karya.
- 5) Karya seni terapan adalah karya seni rupa, yang dibuat dengan menerapkan seni pada suatu produk sehingga memiliki kesan estetika dalam memenuhi kebutuhan praktis, antara lain penggunaan gambar, motif, atau ornamen pada suatu produk.
- 6) Karya arsitektur, adalah wujud fisik bangunan, penataan letak bangunan, gambar rancangan bangunan, teknis bangunan, dan gambar model atau maket bangunan.
- 7) Peta, adalah suatu gambaran dari unsur alam atau buatan manusia yang berada di atas ataupun di bawah permukaan bumi yang digambarkan pada suatu bidang datar dengan skala tertentu, baik melalui media digital maupun non digital.
- 8) Karya seni batik, adalah motif batik kontemporer yang bersifat inovatif, masa kini, dan bukan tradisional.
- 9) Karya fotografis, merupakan seluruh foto-foto yang didapatkan berdasarkan pengambilan sesuatu oleh kamera.
- 10) Karya sinematografi, adalah ciptaan yang berupa gambar bergerak antara lain dokumenter, film iklan, reportase atau film cerita yang dibuat dengan skenario dan film kartun.

- 11) Bunga rampai, adalah ciptaan dalam bentuk buku yang berisi kompilasi karya tulis pilihan, himpunan lagu pilihan, dan komposisi berbagai karya tari pilihan yang direkam dalam kaset, cakram optik, atau media lain.
- 12) Basis data, adalah kompilasi data dalam bentuk apapun yang dapat dibaca oleh komputer atau kompilasi dalam bentuk lain, yang karena alasan pemilihan atau pengaturan atas isi data itu merupakan kreasi intelektual.

3. Perlindungan Hak Cipta

Menurut Widyopramono perlindungan hak cipta adalah perlindungan hak atas suatu karya intelektual yang tepat bukan hanya berasal dari pengakuan negara saja tetapi diharapkan dapat membangkitkan semangat dan minat dalam menciptakan suatu hal yang baru.¹⁷

Sejarah dari perlindungan hak cipta yaitu hak ekonomi sudah dikenal dan dijaminakan lebih dahulu dalam berbagai konvensi internasional, akan tetapi berbeda dengan hak moral baru dijaminakan ke dalam *Berne Convention* 1886 ketika amandemen dilakukan tahun 1997 yang terdapat dalam *Article 6bis*. “*Article 6bis Berne Convention* 1886 menentukan lima hak moral yaitu:¹⁸

- 1) Hak untuk mengklaim sebagai pengarang (*rights to claim authorship*),
- 2) Hak untuk menolak modifikasi atas karyanya (*rights to object to certain modifications*),
- 3) Hak untuk menolak tindakan yang menghina atau merendahkan ciptaan (*rights to object to derogatory actions*),

¹⁷ *Ibid.*, Hlm. 25

¹⁸ *Ibid.*, Hlm. 27

- 4) Hak untuk tetap diakui hak-hak yang telah diberikan kepada pengarang setelah kematiannya (*rights after the author's death*), dan
- 5) Hak untuk mendapatkan ganti rugi (*rights to means of redress*).

Penjaminan hak kepada pencipta atau pemegang hak cipta yaitu menjamin 2 jenis hak yaitu hak moral (*moral rights*) dan hak ekonomi (*economic rights*). Kedua jenis hak ini yang disebut sebagai hak eksklusif dari pencipta atau pemegang hak cipta yang sudah secara umum diketahui dan di Indonesia sendiri diatur di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 yaitu di dalam Pasal 5 menyatakan bahwa hak moral adalah hak yang melekat secara pribadi pada diri pencipta.

Sedangkan untuk hak ekonomi merupakan hak yang dimiliki oleh pencipta untuk mendapatkan hak ekonomi atas ciptaannya. Hak ekonomi sifatnya memungkinkan pencipta atau pemilik hak mendapat suatu imbalan secara finansial dari penggunaan karya milik mereka oleh orang lain, sedangkan untuk hak moral memungkinkan penulis dan pencipta untuk mengambil tindakan tertentu dalam menjaga dan melindungi hubungan mereka dengan pekerjaan mereka dengan kesimpulan bahwa hak ekonomi dapat ditransfer ke satu atau lebih pemilik hak cipta akan tetapi untuk hak moral tidak diperbolehkan dan diijinkan untuk ditransfer.

Perlindungan terhadap hak cipta menasar pada 2 hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta atau pemilik hak atas suatu ciptaan yaitu hak ekonomi dalam mendapatkan manfaat ekonomi dari karya ciptaannya dan hak moral sebagai hak yang melekat abadi pada pencipta. Perlindungan dirasa perlu karena kekayaan

intelektual (termasuk hak cipta) atas pencipta diciptakan dengan mencurahkan waktu, biaya, dan usaha, sebagai teori yang mempengaruhi perkembangan hukum hak kekayaan intelektual adalah :¹⁹

1. *Teori the Exchane for Secery Rationale* Teori ini berkaitan dengan Upaya pencipta merahasiakan ciptaanya dalam mencegah pihak lain melakukan peniruan terhadap penemuan atau ciptaannya tanpa hak yang sepatutnya,
2. *The Quality-Control Principle* Teori ini menekankan hak eksklusif sebagai metode dalam melindungi inovasi dan ciptaan saat sudah di tangan pihak lain atau diedarkan,
3. *The Prospecting Theory* Teori ini mengajarkan satu nilai dalam sistem eksklusif untuk menunjukkan kualitas suatu ciptaan,
4. *The Profit Incentive Theory* Teori ini menekankan pada eksklusivitas dalam melindungi para inovator dan pencipta atas tindakan penjiplakan atau peniruan.

Penjelasan Umum Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 mengenai Hak Cipta menjelaskan Hak Cipta merupakan salah satu bagian dari kekayaan intelektual yang memiliki ruang lingkup objek dilindungi paling luas, karena mencakup ilmu pengetahuan, seni dan sastra (*art and literary*) yang di dalamnya mencakup pula program komputer.

Perlindungan yang memadai terhadap Hak Cipta diharapkan membawa keberhasilan pertumbuhan ekonomi kreatif secara signifikan dan memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian dan kesejahteraan rakyat. Hak Cipta juga

¹⁹ Tina Marlina. *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. (Yogyakarta : Deepublish. 2024). Hlm. 41

mendorong pertumbuhan dan perkembangan dari ekonomi kreatif suatu negara. Sasaran perlindungannya yaitu tidak lain adalah hak eksklusif yaitu hak moral dan hak ekonomi. Apabila hak ekonomi dan hak moral teringkari atau dirampas oleh pihak yang tidak memiliki hak maka dapat mengurangi dan mengikis motivasi para Pencipta dan pemilik Hak Terkait untuk berkreasi.

Meninjau tujuan WIPO dalam melindungi HKI yaitu sebagai upaya dalam mendorong kemajuan peradaban manusia sedangkan menurut Kamil penjelasan umum undang-undang negara republik indonesia nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta menyatakan HKI merupakan alat ampuh dalam mengupayakan pembangunan ekonomi dan penciptaan kesejahteraan.²⁰

Pendapat lain juga menyatakan bahwa secara umum tujuan dari perlindungan HKI (yang pastinya di dalamnya termasuk hak cipta) adalah untuk memberi perlindungan hukum ekonomi maupun moral bagi pencipta, *investor*, *disainer*, atau para pemiliknya (termasuk pemilik merek, indikasi geografis, rahasia dagang, desain tata letak dan sirkuit terpadu, serta pemilik varietas tanaman) atas ciptaan, invensi dan disain mereka serta untuk memberikan penghargaan atas kerja atau sumbangan mereka bagi perkembangan ilmu pengetahuan, seni, sastra, ekonomi dan teknologi sehingga perlindungan ini dimaksudkan untuk mendorong inovasi, kreatifitas, perkembangan teknologi, penelitian dan pengembangan, termasuk kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan uraian diatas bahwa hak cipta memiliki peranan penting dalam pertumbuhan, perkembangan pembangunan ekonomi pada suatu negara. Maka

²⁰ *Ibid.*, Hlm. 46

dengan adanya perlindungan hak cipta diharapkan dapat mewujudkan iklim yang lebih baik bagi pertumbuhan dan perkembangan semangat dalam mencipta baik dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, dan mencakup pula program komputer yang semuanya itu kembali diperlukan bagi pembangunan nasional, kesejahteraan dari masyarakat, serta berupaya meminimalisir tindakan yang melanggar hak cipta.²¹

4. Pelanggaran Hak Cipta

Pelanggaran hak cipta merupakan pemanfaatan ciptaan yang dilindungi oleh hak cipta tanpa seizin pencipta atau pemegang hak cipta, yang melanggar hak eksklusif pencipta atau pemegang hak cipta, seperti hak untuk memproduksi, mendistribusikan, menampilkan, atau memamerkan, atau membuat karya turunan. Pelanggaran hak cipta dapat berupa tindakan mengambil, mengutip, merekam, memperbanyak, ataupun mengumumkan sebagian atau seluruh ciptaan orang lain, tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta.²²

Berdasarkan pandangan dari Rehulina Tarigan bahwa pelanggaran hak cipta yaitu pembajakan/mengkopi hasil karya cipta orang lain baik dari *internet*, tulisan, musik(lagu) maupun film dan tindakan memperbanyak maupun menyebarkan sesuatu ciptaan tanpa adanya hak dan izin dari pencipta atau pemegang cipta.²³

Pelanggaran hak cipta sederhananya ditandai dengan suatu tindakan atau perbuatan tersebut melanggar hak eksklusif dari pencipta atau pemegang hak cipta. Sedangkan kategori perbuatan yang tidak dianggap sebagai pelanggaran hak

²¹ *Ibid.*, Hlm. 55

²² *Op.Cit.*

²³ *Ibid.*, Hlm. 50

cipta berdasarkan Pasal 43 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 menyatakan tindakan-tindakan tersebut antara lain:²⁴

- 1) Pengumuman pendistribusian, komunikasi dan/atau perbanyak Lambang Negara dan Lagu Kebangsaan menurut sifatnya yang asli;
- 2) Pengumuman dan/atau perbanyak segala sesuatu yang diumumkan dan/atau diperbanyak oleh atau atas nama pemerintah, kecuali jika hak cipta itu dinyatakan dilindungi, baik dengan peraturan perundangundangan maupun pernyataan pada ciptaan itu sendiri atau ketika ciptaan itu diumumkan, didistribusikan, dikomunikasikan dan/atau diperbanyak; atau
- 3) Pengambilan berita aktual baik seluruhnya maupun sebagian dari kantor berita, lembaga penyiaran, dan surat kabar atau sumber sejenis lain dengan ketentuan sumbernya harus disebutkan secara lengkap.
- 4) Pembuatan dan penyebarluasan konten Hak Cipta melalui media teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat tidak komersial dan/atau menguntungkan Pencipta atau pihak terkait, atau Pencipta tersebut menyatakan tidak keberatan atas pembuatan dan penyebarluasan tersebut.
- 5) Penggandaan, Pengumuman, dan/atau Pendistribusian Potret Presiden, Wakil Presiden, mantan Presiden, mantan Wakil Presiden, Pahlawan Nasional, pimpinan lembaga negara, pimpinan kementerian/lembaga pemerintah nonkementerian, dan/atau kepala daerah dengan memperhatikan martabat dan kewajaran sesuai dengan aturan.

²⁴ Pasal 43 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014

Dalam Pasal 44-45 Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta lebih lanjut menerangkan perbuatan agar tidak dianggap melanggar hak cipta juga ditinjau melalui syarat bahwa sumbernya harus disebutkan atau dicantumkan yaitu :²⁵

- a) Penggunaan ciptaan pihak lain untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah dengan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari pencipta;
- b) Pengambilan ciptaan pihak lain, baik seluruhnya maupun sebagian, guna keperluan pembelaan di dalam atau di luar pengadilan, ceramah yang semata-mata untuk tujuan pendidikan dan ilmu pengetahuan pertunjukan atau pementasan yang tidak dipungut bayaran dengan ketentuan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari pencipta.
- c) Perbanyakan suatu ciptaan bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra dalam huruf braille guna keperluan para tunanetra, kecuali jika perbanyakan tersebut bersifat komersial;
- d) Perbanyakan suatu ciptaan selain program komputer, secara terbatas dengan cara atau alat apapun atau proses yang serupa oleh perpustakaan umum, lembaga ilmu pengetahuan atau pendidikan dan pusat dokumentasi yang bersifat non komersial semata-mata untuk keperluan aktivitasnya;
- e) Perubahan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan pelaksanaan teknis atas karya arsitektur, seperti ciptaan bangunan;

²⁵ *Ibid.*, Hlm. 53

- f) Pembuatan salinan cadangan suatu program komputer oleh pemilik program komputer yang dilakukan semata-mata untuk digunakan sendiri. Sehingga terdapat batasan-batasan atau ketentuan-ketentuan tertentu suatu karya ciptaan dapat dinyatakan tidak termasuk dalam kategori pelanggaran hak cipta.

Jenis-jenis dari pemanfaatan hak cipta secara ilegal atau pelanggaran hak cipta yaitu terdapat pelanggaran secara langsung, pelanggaran secara tidak langsung, dan pelanggaran atas dasar kewenangan.²⁶

- 1) Pelanggaran langsung (*direct infringement*) merupakan suatu tindakan yang melanggar hak cipta secara langsung adalah perbuatan yang melanggar hak eksklusif pencipta atas ciptaannya untuk memperbanyak atau memproduksi kembali, mengumumkan, dan menyewakan suatu ciptaan tanpa izin pemegang hak cipta atau hak terkait. Istilah pelanggaran langsung (*direct infringement*) tidak diterangkan secara eksplisit dalam Undang-undang Hak Cipta, akan tetapi secara tersirat atau pemaknaan secara implisit terkandung pada Pasal 2, 20, dan 49 Undang-undang Hak Cipta yaitu: ²⁷

- a) Tanpa memiliki hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra;
- b) Tanpa memiliki hak memperbanyak dan mengumumkan suatu hasil potret;
- c) Tanpa memiliki hak memperbanyak atau menyewakan suatu karya sinematografi dan program komputer untuk suatu kepentingan komersial;

²⁶ *Ibid.*, Hlm. 60

²⁷ Pasal 2, 20, Dan 49 Undang-Undang Hak Cipta

- d) Tanpa memiliki hak membuat, memperbanyak, atau menyiarkan rekaman suara/atau gambar pertunjukannya;
 - e) Tanpa memiliki hak memperbanyak, menyewakan karya rekaman suara atau rekaman bunyi;
 - f) Tanpa memiliki hak melakukan pertunjukan umum (*public performance*), mengkomunikasikan pertunjukan langsung (*live performance*), dan mengomunikasikan secara interaktif suatu rekaman pelaku atau artis;
 - g) Tanpa memiliki hak membuat, memperbanyak dan atau menyiarkan ulang karya siaran melalui transmisi dengan atau tanpa kabel atau melalui sistem elektromagnetik lainnya.
- 2) Pelanggaran Tidak Langsung (*indirect infringement*) pada bidang hak cipta umumnya berkaitan dengan ciptaan yang merupakan hasil dari pelanggaran hak cipta atas ciptaan lain. Poin pelanggaran tidak langsung ini adalah pelanggar mengetahui atau selayaknya mengetahui. Sederhananya pelanggaran hak cipta secara tidak langsung adalah suatu perbuatan yang secara tidak langsung ditujukan terhadap suatu ciptaan, tetapi perbuatan tersebut berakibat pada terjadinya pelanggaran hak cipta.

Sebagai bentuk pelanggaran hak cipta ketiga adalah pelanggaran atas dasar kewenangan. Pelanggaran ini menekankan pada pihak-pihak yang dianggap memiliki kewenangan atas pelaksanaan pekerjaan dimana pelanggaran hak cipta terjadi dengan orientasi terjadinya tanggung gugat.

Dalam praktik penegakan hukum hak cipta, pihak lain yang tidak secara langsung melakukan pelanggaran juga dapat dikenakan pertanggungjawaban

hukum sebagai pelaku yaitu dalam hal pemberian bantuan atau turut serta melakukan tindak pidana.

Pelanggaran Hak Cipta di era globalisasi atau perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak hanya ditemukan secara konvensional saja tetapi pada era ini merambah hingga dunia maya seperti penjualan barang yang melanggar hak cipta bajakan di *marketplace online*. Contohnya pelanggaran hak cipta atas buku.

B. Tinjauan Tentang Hak Cipta Potret

1. Pengertian Hak Cipta Potret

Hak cipta potret merupakan bentuk perlindungan hukum terhadap karya fotografi mencerminkan hasil kreativitas dan keunikan pencipta. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, fotografi dikategorikan sebagai karya cipta yang dilindungi secara otomatis tanpa perlu pendaftaran, sejak karya itu diwujudkan secara nyata dan orisinal.

Hak cipta memberikan dua jenis hak yaitu hak moral dan hak ekonomi. Hak moral meliputi hak untuk diakui sebagai pencipta dan hak untuk menjaga integritas karya, sedangkan hak ekonomi memberi hak kepada pencipta untuk memperoleh manfaat finansial atas penggunaan karyanya oleh pihak lain.

Potret sebagai hasil karya fotografi memiliki karakteristik unik karena umumnya melibatkan objek manusia sebagai subjek foto. Oleh karena itu, selain hak cipta fotografer, potret juga menyangkut hak atas citra diri atau hak atas privasi dari subjek yang dipotret. Dalam hal potret digunakan secara komersial tanpa izin dari subjek, meskipun fotografer memiliki hak cipta atas karya tersebut,

tetap dapat menimbulkan pelanggaran terhadap hak pribadi orang dalam potret tersebut.²⁸

Penggunaan potret publik figur dalam karya fiksi komersial (misalnya di platform Wattpad) tanpa izin dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran hak cipta, khususnya jika potret tersebut digunakan sebagai sampul atau promosi. Dalam konteks hukum positif Indonesia, perlindungan terhadap potret belum diatur secara eksplisit dalam undang-undang terpisah, tetapi perlindungannya dapat diturunkan dari UU Hak Cipta dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik.²⁹

Hak cipta potret menekankan pentingnya kesepakatan lisensi atau izin tertulis sebelum potret digunakan secara publik, khususnya dalam konteks media sosial dan iklan digital. Mereka juga mengangkat isu bahwa banyak masyarakat masih belum memahami hak eksklusif pencipta atas potret, sehingga rawan terjadi pelanggaran hukum baik secara sengaja maupun tidak.

Hak cipta potret pada dasarnya merupakan bagian dari hak cipta atas karya fotografi. Namun, secara khusus, potret melibatkan hubungan hukum antara fotografer sebagai pencipta dan orang yang dipotret sebagai subjek, yang keduanya memiliki kepentingan hukum atas hasil foto tersebut. Hak cipta atas potret mengacu pada perlindungan terhadap hasil karya yang diciptakan secara orisinal dan memiliki nilai ekspresi individual. Sebagaimana dijelaskan oleh Rachmadi Usman, hak cipta adalah hak eksklusif yang timbul secara otomatis

²⁸ Supriyadi. *Hukum Hak Cipta dan Inovasi Digital*. (Jakarta : Kencana. 2020). Hlm. 21

²⁹ Ketut Ayu Efanika Maharani & Eka Krisna Yanti. "Perlindungan Hukum terhadap Penggunaan Potret Artis dalam Karya Fiksi Wattpad". *Jurnal Ilmu Hukum*. Universitas Udayana. Volume 13. Nomor 12. Tahun 2025.

setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata, termasuk karya fotografi seperti potret.³⁰

Hak cipta potret merupakan bentuk turunan dari hak cipta fotografi yang diatur dalam Pasal 40 ayat (1) huruf m Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang menyatakan bahwa fotografi merupakan salah satu objek ciptaan yang dilindungi. Namun demikian, potret menjadi khas karena biasanya bersifat "identifikatif", yaitu dapat secara langsung menunjukkan siapa yang menjadi subjek foto, sehingga penggunaannya harus memperhatikan pula hak atas identitas pribadi.³¹

Praktik digital seperti media sosial dan e-commerce, hak cipta atas potret sering kali disalahpahami, karena banyak masyarakat menganggap bahwa siapa pun yang memiliki akses ke suatu foto (misalnya mengunduh dari internet), berhak menggunakannya. Padahal, hak cipta tetap berada pada fotografer, dan potret tetap tidak dapat digunakan secara bebas tanpa izin dari pencipta dan subjeknya.

2. Dasar Hukum Hak Cipta Potret

Potret sebagai bagian dari karya fotografi mendapat perlindungan hukum melalui ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Dalam Pasal 40 ayat (1) huruf m, disebutkan bahwa “ciptaan yang dilindungi meliputi karya fotografi.” Ini menegaskan bahwa setiap karya potret yang diciptakan secara orisinal memperoleh perlindungan hukum sejak saat

³⁰ Rachmadi Usman. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. (Jakarta : Sinar Grafika. 2020). Hlm. 91

³¹Eka Pramudita. "Tinjauan Yuridis Terhadap Kepemilikan Hak Cipta Potret di Era Digital". *Jurnal Lex Renaissance*. Universitas Diponegoro. Volume 7. Nomor 2. Tahun 2022.

penciptaan. Lebih lanjut, dalam Pasal 1 angka 3 UU Hak Cipta, hak cipta didefinisikan sebagai “hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata.” Artinya, tidak diperlukan pendaftaran formal untuk memperoleh perlindungan atas potret sebagai karya fotografi.³²

Hak cipta atas potret juga berkaitan erat dengan hak moral, sebagaimana diatur dalam Pasal 5 ayat (1), yaitu hak untuk mencantumkan nama pencipta serta melarang segala bentuk distorsi atau modifikasi atas ciptaan. Dalam konteks potret, ini berarti bahwa fotografer sebagai pencipta berhak atas pencantuman nama dan perlindungan atas integritas potret. Sedangkan Pasal 9 ayat (1) memberi hak ekonomi kepada pencipta untuk menggunakan atau memberi izin penggunaan ciptaannya untuk kegiatan komersial, termasuk potret.³³

Pasal 113 ayat (1) UU Hak Cipta memberikan dasar hukum yang kuat bagi pencipta untuk mengajukan tuntutan pidana terhadap pelanggaran hak cipta potret. Pelanggaran tersebut termasuk memperbanyak, mendistribusikan, atau menampilkan potret di ruang publik tanpa izin dari pencipta maupun subjek foto yang menjadi bagian tak terpisahkan dalam perlindungan identitas pribadi.

Konvensi Bern untuk Perlindungan Karya Sastra dan Seni Tahun 1886, yang telah diratifikasi Indonesia melalui Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 1997, juga menjadi dasar hukum penting. Konvensi ini menegaskan bahwa karya fotografi merupakan karya yang dilindungi di semua negara. Konvensi Bern menyatakan bahwa perlindungan berlaku tanpa formalitas dan bersifat otomatis.

³² *Ibid.*, Hlm. 95

³³ *Ibid.*, Hlm. 125

Hak cipta atas potret juga dijelaskan dalam Konvensi Bern 1886, yang telah diratifikasi Indonesia melalui Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 1997. Konvensi ini menyatakan bahwa karya fotografi adalah objek perlindungan hak cipta di tingkat internasional. Dalam jurnal oleh Octaviani dan Kuspraningrum (2024), dinyatakan bahwa prinsip automatic protection (perlindungan otomatis) dalam Konvensi Bern memperkuat kedudukan potret sebagai karya yang tidak perlu didaftarkan untuk memperoleh perlindungan hukum³⁴.

Dasar hukum juga diperkuat melalui pengakuan terhadap hak moral dan hak ekonomi dalam Undang-Undang Hak Cipta. Hak moral memberi pencipta hak untuk dicantumkan namanya, sementara hak ekonomi memberi hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi dari potret tersebut. Kedua hak ini harus dihormati terutama dalam konteks penggunaan potret di media sosial dan iklan.

3. Hak Subjek Dalam Potret

Hak subjek dalam potret merupakan aspek hukum yang penting dalam konteks perlindungan hak cipta dan hak privasi. Meskipun hak cipta secara hukum berada pada pencipta (dalam hal ini fotografer), subjek yang ada di dalam potret memiliki hak atas identitas, integritas pribadi, dan penggunaan wujud dirinya dalam media publik maupun komersial.

Subjek dalam potret memiliki hak yang tidak dapat diabaikan, meskipun secara hukum tidak memegang hak cipta atas karya tersebut. Hal ini terutama berlaku jika potret tersebut digunakan untuk keperluan komersial atau publikasi

³⁴Amalia Trihayu Octaviani & Emilda Kuspraningrum."Pelanggaran Hak Cipta Atas Potret Secara Komersil Pada Platform Instagram Di Kota Samarinda". Jurnal Penelitian, Sosial, dan Humaniora. Volume 2. Nomor 1. Tahun 2024.

tanpa izin yang eksplisit dari orang yang dipotret. Hak subjek tersebut bersumber dari prinsip perlindungan terhadap hak atas nama baik dan hak privasi.

Pasal 26 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), dijelaskan bahwa penggunaan data pribadi termasuk gambar wajah seseorang tanpa persetujuan merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak privasi. Ketentuan ini memberi dasar hukum perlindungan terhadap subjek dalam potret yang disebarluaskan di media digital.

Konteks hukum Indonesia, subjek dalam potret berhak menolak atau menuntut penggunaan fotonya apabila tidak diberikan izin, terutama untuk tujuan iklan atau keuntungan ekonomi. Ini didasarkan pada pengakuan terhadap hak kepribadian (*personality rights*), meskipun belum diatur secara eksplisit dalam undang-undang hak cipta.

Hak subjek dalam potret juga meliputi hak untuk menentukan bagaimana citra dirinya ditampilkan dan tidak dimodifikasi secara merendahkan. Penggunaan potret seseorang tanpa izin, bahkan oleh pemilik hak cipta (fotografer), dapat melanggar prinsip perlindungan atas martabat manusia. Secara teori, hak subjek dalam potret dapat dipadukan dengan konsep *right to publicity*, yaitu hak seseorang untuk mengontrol komersialisasi atas namanya, wajahnya, atau identitas visual lainnya. Konsep ini banyak digunakan dalam yurisdiksi common law dan mulai menjadi diskursus penting dalam hukum siber di Indonesia.³⁵

³⁵ Yuniarti & Sahroni. "Perlindungan Hukum Subjek dalam Fotografi: Antara Hak Cipta dan Hak Privasi". Jurnal Hukum dan HAM Digital. Universitas Trunojoyo Madura. Volume 3. Nomor 1. Tahun 2022.

Hak subjek dalam potret merupakan bagian dari perlindungan hukum terhadap individu sebagai objek dalam karya fotografi. Meskipun hak cipta umumnya melekat pada fotografer sebagai pencipta karya, namun keberadaan subjek dalam potret juga memiliki hak tersendiri, terutama terkait privasi, kontrol atas citra diri, dan persetujuan untuk publikasi. hak subjek dalam potret termasuk hak untuk tidak dipublikasikan atau didistribusikan tanpa izin, yang bersumber dari prinsip hak kepribadian (personality rights) dan hak privasi. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai perlindungan martabat manusia yang dijunjung dalam sistem hukum Indonesia.³⁶

Sementara itu, Pasal 1338 KUHPdata menegaskan bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak. Hal ini dapat dimaknai bahwa persetujuan subjek atas penggunaan potret harus didasarkan pada kesepakatan yang jelas, terutama ketika menyangkut pemanfaatan ekonomi atau publikasi yang bersifat komersial.

Pasal 26 ayat (1) UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE menyebutkan bahwa penggunaan informasi pribadi, termasuk potret wajah seseorang, harus disertai persetujuan dari yang bersangkutan. Ketentuan ini memberikan landasan hukum formal bagi subjek untuk menolak atau menuntut penggunaan potret pribadinya secara tidak sah.³⁷

³⁶ Agung Oka Wisnumurti. *Hukum Privasi dan Hak Kepribadian dalam Era Digital*. (Denpasar: Udayana University Press. 2021.). Hlm.72

³⁷Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

C. Komersialisasi Potret

Komersialisasi adalah proses menjadikan sesuatu sebagai objek yang dapat menghasilkan keuntungan ekonomi. Konteks hukum kekayaan intelektual dan hak kepribadian, komersialisasi mencakup penggunaan nama, potret, suara, atau identitas seseorang untuk kepentingan komersial. Komersialisasi merupakan suatu tindakan mengubah nilai personal atau sosial menjadi objek ekonomi melalui strategi yang terstruktur dalam dunia usaha. Bentuk komersialisasi sering terlihat pada penggunaan wajah atau suara seseorang dalam iklan tanpa kontrak atau perjanjian lisensi yang jelas.³⁸

Komersialisasi potret mengacu pada praktik pemanfaatan gambar seseorang, baik secara keseluruhan maupun sebagian, untuk tujuan komersial, seperti iklan, promosi produk, atau kampanye media. Dalam hukum kekayaan intelektual, komersialisasi potret menjadi perdebatan antara hak cipta fotografer dan hak subjek dalam potret yang menyangkut hak atas identitas, privasi, dan keuntungan ekonomi.

Komersialisasi potret tanpa persetujuan subjek dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hak kepribadian, meskipun secara hukum hak cipta foto tersebut dimiliki oleh fotografer. Ia menekankan bahwa hak cipta tidak secara otomatis memberi kewenangan atas pemanfaatan wujud seseorang secara komersial tanpa persetujuan eksplisit.³⁹

³⁸ Ratna Kartikasari. *Hukum Digital dan Perlindungan Data Pribadi di Era Media Sosial*. (Jakarta: Prenadamedia. 2020). Hlm. 41

³⁹ Dea Pramesti & Dwi Nugroho. "Right of Publicity dalam Industri Skincare: Kajian Komersialisasi Potret Subjek". *Jurnal Hukum dan Bisnis Digital*. Volume 4. Nomor 1. Tahun 2022.

Pasal 26 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE secara tegas melarang penggunaan informasi pribadi seseorang, termasuk potret wajah, tanpa izin, khususnya untuk kepentingan ekonomi. Ketentuan ini menjadi dasar hukum dalam menuntut pihak yang menggunakan gambar seseorang secara komersial tanpa persetujuan. Industri digital dan media sosial, banyak potret individu yang digunakan untuk promosi produk tanpa adanya perjanjian eksplisit. Seharusnya, ini menunjukkan lemahnya regulasi perlindungan terhadap hak atas potret (*right of portrait*) yang seharusnya menjadi bagian dari hak moral dan hak ekonomi subjek dalam potret.

Praktik komersialisasi potret sering terjadi dalam industri skincare dan fashion. Mereka menyoroti perlunya pengakuan terhadap "*right of publicity*" di Indonesia, mengingat banyak potret individu digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran tanpa imbalan maupun kontrak hukum. Komersialisasi potret mengacu pada penggunaan potret seseorang untuk memperoleh manfaat ekonomi, misalnya melalui iklan, merchandise, konten media sosial berbayar, atau promosi produk. Meskipun fotografer secara hukum memiliki hak cipta atas hasil karya fotografi, potret yang memuat wajah atau identitas seseorang tidak boleh digunakan secara komersial tanpa persetujuan dari subjek yang dipotret.⁴⁰

Perspektif hukum positif Indonesia, Pasal 10 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyatakan bahwa penggunaan potret seseorang harus memperhatikan hak moral dan hak ekonomi pihak lain.⁴¹ Khususnya jika

⁴⁰ Yosef Agus Setiawan. *Potret, Privasi, dan Komersialisasi: Perspektif Hukum Keperdataan Indonesia*. (Jakarta : Sinar Grafika. 2022.). Hlm. 16

⁴¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

potret tersebut dimanfaatkan dalam kegiatan komersial atau publikasi massal. Meskipun tidak secara tegas menyebut "hak atas potret", pasal ini menjadi landasan interpretatif untuk perlindungan subjek foto dalam ruang komersial.

Potret sering kali digunakan oleh pihak ketiga termasuk influencer, agensi, dan merek komersial tanpa kontrak yang jelas. Hal ini menimbulkan kerugian bagi subjek potret dan menciptakan potensi sengketa hukum antara pemilik hak cipta dan pemilik hak atas diri (*right of identity*). Pentingnya mekanisme lisensi khusus antara fotografer dan subjek sebelum karya tersebut dimanfaatkan secara komersial. Menurut mereka, kontrak ini diperlukan untuk menghindari klaim pelanggaran hak, terutama ketika potret digunakan dalam media digital yang luas jangkauannya.⁴²

D. Promosi Produk Melalui Iklan

Iklan adalah bentuk komunikasi massa yang dibayar oleh sponsor tertentu, yang bertujuan untuk memengaruhi opini publik atau perilaku konsumen. Iklan menjadi medium utama dalam pelaksanaan promosi produk, jasa, maupun gagasan. Iklan adalah sarana komunikasi komersial yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra, asosiasi emosional, dan persepsi positif terhadap merek. Iklan sering kali menggunakan elemen visual seperti gambar, potret, simbol, dan suara yang harus mendapat persetujuan dari pemilik haknya.⁴³

⁴² Yunita & Satria Bima. "Perlindungan Hukum terhadap Subjek Potret dalam Pemanfaatan Komersial Digital". Jurnal Ilmu Hukum dan Etika Siber. Volume 2. Nomor 2. Tahun 2019.

⁴³ Erniwati & Sari Lestari. "Efektivitas Visual dalam Promosi Produk Kosmetik Melalui Iklan Digital". Jurnal Komunikasi dan Pemasaran. Volume 3. Nomor 2. Tahun 2020.

Penggunaan potret dalam iklan yang tidak mendapatkan izin dari pemilik identitas dapat melanggar hak kepribadian, sebagaimana diatur dalam Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang ITE yang menegaskan bahwa penggunaan data pribadi seseorang memerlukan persetujuan eksplisit.

Promosi merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, memengaruhi konsumen, dan meningkatkan volume penjualan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, baik konvensional maupun digital. Promosi adalah upaya komunikasi strategis perusahaan kepada pasar sasaran, dengan maksud untuk menciptakan preferensi terhadap produk atau jasa tertentu melalui pendekatan persuasif dan informatif. Promosi melibatkan citra atau identitas seseorang tanpa izin berisiko menimbulkan konflik antara hak cipta, hak atas nama, dan hak atas privasi.⁴⁴

Promosi produk melalui iklan merupakan strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk membujuk konsumen agar melakukan pembelian atau mengenal lebih jauh suatu produk. Iklan tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana membentuk persepsi dan citra merek di benak masyarakat. Promosi produk melalui iklan adalah bentuk komunikasi persuasif yang menggunakan media massa untuk menyampaikan pesan promosi secara visual, verbal, dan simbolik. Dalam konteks produk komersial, iklan memainkan peran sentral dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual suatu barang.

⁴⁴ Maya Rahmasari & Dedy Rachmanto. “*Penggunaan Potret Subjek dalam Iklan Digital: Antara Etika, Privasi, dan Komersialisasi*”. Jurnal Hukum Media dan Komunikasi. Volume 4. Nomor 1. Tahun 2021.

Strategi promosi melalui iklan digital saat ini semakin mengandalkan visualisasi wajah atau testimoni tokoh tertentu untuk meningkatkan kepercayaan publik. Praktiknya, hal ini sering menimbulkan isu hukum ketika citra seseorang digunakan tanpa izin untuk promosi produk. Pendekatan hukum komunikasi diperlukan dalam promosi produk. Penggunaan media sosial sebagai sarana iklan komersial memerlukan kehati-hatian dalam hal penggunaan konten, termasuk gambar, nama, dan identitas seseorang. Menyoroti keterkaitan antara iklan, hak kekayaan intelektual, dan hak atas privasi.⁴⁵

Keberhasilan iklan dalam mempengaruhi keputusan konsumen sangat bergantung pada kredibilitas pesan, estetika visual, dan keterkaitan emosi antara iklan dan target pasar. Oleh karena itu, penggunaan figur publik atau potret seseorang dalam iklan harus memperhatikan aspek hukum dan etika.

E. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bentuk teknologi digital interaktif yang memungkinkan individu atau kelompok untuk saling berkomunikasi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas secara daring. Media sosial berbeda dari media konvensional karena bersifat partisipatif, real-time, dan berbasis jejaring.

Media sosial adalah sarana berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten langsung melalui platform digital seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok. Media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara cepat dan masif.

⁴⁵ Heriyanti & M. Alfarizi. "Potret sebagai Representasi Identitas: Perlindungan Hukum terhadap Subjek dalam Fotografi Digital". Jurnal Ilmu Hukum Humanis. Volume 4. Nomor 2. Tahun 2021.

Media sosial adalah bentuk komunikasi digital berbasis aplikasi yang memanfaatkan teknologi Web 2.0, di mana pengguna tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga menjadi produsen informasi. Mereka menekankan bahwa media sosial memiliki tiga karakter utama: keterbukaan, interaktivitas, dan konektivitas.

Media sosial sebagai “ruang publik digital” yang mempertemukan fungsi komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa. Ia menggarisbawahi bahwa media sosial bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga arena baru dalam membangun opini publik, citra diri, dan strategi pemasaran.⁴⁶

⁴⁶ Meilin Loviana Dewi. *"Perlindungan Hukum terhadap Karya Fotografi di Era Digital"*. Jurnal Komunitas Yustisia. Volume 5. Nomor 3. Tahun 2023.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian tersebut maka penulis menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang diidentifikasi sebelumnya sebagai berikut :

1. Secara hukum, foto sebagai hasil karya fotografi dilindungi oleh Undang-Undang Hak Cipta, di mana hak eksklusif umumnya dimiliki oleh fotografer atau pemegang hak yang sah. Namun, individu yang terdapat dalam foto juga memiliki hak atas citra dirinya, yang berkaitan dengan hak privasi dan hak publikasi. Oleh karena itu, meskipun suatu foto telah dimiliki secara hukum oleh pihak lain, penggunaannya dalam promosi komersial tanpa izin tetap dapat melanggar hak subjek dalam foto. Analisis terhadap peraturan yang berlaku menunjukkan bahwa penggunaan foto seseorang tanpa izin untuk kepentingan promosi produk, termasuk skin care, di media sosial dapat menimbulkan konsekuensi hukum, seperti: Pelanggaran hak cipta, Pelanggaran hak privasi dan hak atas citra diri, yang memberikan individu hak untuk mengontrol penggunaan identitas visual mereka dalam konteks komersial.
2. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang dirugikan ada 3 yaitu Perlindungan Hak Cipta, Perlindungan Hukum Perdata dan Perlindungan dalam Hukum Persaingan Usaha sehingga penerapan sanksi bagi pelaku usaha

yang menggunakan foto tanpa izin merupakan aspek krusial dalam menciptakan ekosistem bisnis yang adil dan beretika. Kepatuhan terhadap regulasi hak cipta dan hak privasi tidak hanya menghindarkan pelaku usaha dari risiko hukum, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap integritas bisnis yang dijalankan.

B. Saran

Saran penulis untuk pelaku usaha dimanapun berada khususnya daerah polewali mandar bahwa dalam menjalankan suatu bisnis harus menerapkan sikap jujur terutama dari kualitas suatu produk karena kualitas mempengaruhi nilai jual beli terhadap produk. sehingga tidak menggunakan foto atau menggunakan cipta orang lain yang dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Dwimarta, David. (2021). *Bisnis Online*. Jakarta : Kata Buku.
- Idisetyo, Rachmat Idisetyo. (2024). *Memahami Hak Cipta Dalam Tanya Jawab*. Yogyakarta : Deepublish Digital.
- Kartikasari, Ratna. (2020). *Hukum Digital dan Perlindungan Data Pribadi di Era Media Sosial*. Jakarta: Prenadamedia.
- Khuan, Hendri. (2024). *Perlindungan Hak Cipta Di Indonesia: Panduan Hukum dan Praktik Terbaik*. Suka Bumi : Arunika Aksa Karya.
- Marlina, Tina. (2024). *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta : Deepublish.
- Ramadhan, Citra & Siregar Dewi, Fitri Yanni. (2023). *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*. Medan : Universitas Medan Area Press.
- Rutinalas. (2024). *E-Commerce:Optimalisasi Dalam Membangun Bisnis Melalui Teknologi Informasi*. Jakarta : Arjuna Indonesia Mendunia.
- Setiawan, Yosef Agus. (2022). *Potret, Privasi, dan Komersialisasi: Perspektif Hukum Keperdataan Indonesia*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Sudamaji, Eka. (2022). *Digital Bussines*. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara.
- Supriyadi. (2020). *Hukum Hak Cipta dan Inovasi Digital*. Jakarta : Kencana.
- Usman, Rachmadi. (2020). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Wijayati, Hasna. (2022). *Himpunan Undang-Undang Hak Cipta Paten & Merek*. Jakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Wisnumurti, Agung Oka. (2021). *Hukum Privasi dan Hak Kepribadian dalam Era Digital*. Denpasar: Udayana University Press.
- Zahara, Anzu Elvia. (2024) *Manajemen Pemasaran Modern*. Jambi : Sonpedia Publishing.

JURNAL, ARTIKEL DAN WEB

- Amalia Trihayu Octaviani & Emilda Kuspraningrum. "*Pelanggaran Hak Cipta Atas Potret Secara Komersil Pada Platform Instagram Di Kota Samarinda*". Jurnal Penelitian, Sosial, dan Humaniora. Volume 2. Nomor 1. Tahun 2024.
- Dea Pramesti & Dwi Nugroho. "*Right of Publicity dalam Industri Skincare: Kajian Komersialisasi Potret Subjek*". Jurnal Hukum dan Bisnis Digital. Volume 4. Nomor 1. Tahun 2022.
- Eka Pramudita. "*Tinjauan Yuridis Terhadap Kepemilikan Hak Cipta Potret di Era Digital*". Jurnal Lex Renaissance. Universitas Diponegoro. Volume 7. Nomor 2. Tahun 2022.
- Erniwati & Sari Lestari. "*Efektivitas Visual dalam Promosi Produk Kosmetik Melalui Iklan Digital*". Jurnal Komunikasi dan Pemasaran. Volume 3. Nomor 2. Tahun 2020.
- Erwan Setyanoor. "*Penggunaan Potret Orang Lain Sebagai Media Promosi (Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014)*". Jurnal Ekonomi Syariah Stai Darul Ulum Kandangan. Volume 1. Nomor 1. Tahun 2023.
- Heriyanti & M. Alfarizi. "*Potret sebagai Representasi Identitas: Perlindungan Hukum terhadap Subjek dalam Fotografi Digital*". Jurnal Ilmu Hukum Humanis. Volume 4. Nomor 2. Tahun 2021.
- Ketut Ayu Efanika Maharani & Eka Krisna Yanti. "*Perlindungan Hukum terhadap Penggunaan Potret Artis dalam Karya Fiksi Wattpad*". Jurnal Ilmu Hukum. Universitas Udayana. Volume 13. Nomor 12. Tahun 2025.
- Maya Rahmasari & Dedy Rachmanto. "*Penggunaan Potret Subjek dalam Iklan Digital: Antara Etika, Privasi, dan Komersialisasi*". Jurnal Hukum Media dan Komunikasi. Volume 4. Nomor 1. Tahun 2021.
- Meilin Loviana Dewi. "*Perlindungan Hukum terhadap Karya Fotografi di Era Digital*". Jurnal Komunitas Yustisia. Volume 5. Nomor 3. Tahun 2023.

Nina Apriliana & Diana Rahmawati. *“Penyalahgunaan Foto Produk Iklan Secara Komersial Dimarketplace Tanpa Seizin Pemegang Hak Cipta”*. Jurnal Fakultas Hukum Universitas Lambung Mangkurat. Volume 2. Nomor 2. Tahun 2024.

Wendelina Ernatudera. *“Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Moral Pencipta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014”*. Jurnal Fakultas Hukum Universitas Wijaya Putra. Volume 1. Nomor 2. Tahun 2023.

Yuniarti & Sahroni. *“Perlindungan Hukum Subjek dalam Fotografi: Antara Hak Cipta dan Hak Privasi”*. Jurnal Hukum dan HAM Digital. Universitas Trunojoyo Madura. Volume 3. Nomor 1. Tahun 2022.

Yunita & Satria Bima. *“Perlindungan Hukum terhadap Subjek Potret dalam Pemanfaatan Komersial Digital”*. Jurnal Ilmu Hukum dan Etika Siber. Volume 2. Nomor 2. Tahun 2019.

Undang-Undang

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan UU ITE (UU No. 11 Tahun 2008)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)