

Urgensi Kelengkapan Teknis dalam Regulasi Penggunaan Konten *YouTube* Sebagai Jaminan

Viskha Purwita Lana¹, Switcha Differentia Ariapramuda², Irene Maria Angela³, Azalia Rahma Utami⁴, Valencia Gustin⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan pesat terhadap kegiatan perekonomian masyarakat yang semakin bervariasi. Hasil dari kemajuan teknologi kemudian membuat lapangan industri baru, seperti, ekonomi kreatif yang kemudian diatur di dalam Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (UU Ekonomi Kreatif). Perubahan selanjutnya turut berevolusi di dalam penerbitan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (PP Ekonomi Kreatif) yang mana salah satu kebijakannya adalah mengenai aplikasi penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan. Hal ini turut memunculkan banyak kontroversi dan menjadi sebuah permasalahan baru yang menarik untuk dibahas dalam aplikasi hukumnya. Penelitian diadakan dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif di dalam analisa kajian masalah melalui pertimbangan dari peraturan perundang-undangan dan sumber sekunder terkait. Di dalam hasil penelitian diketahui bahwa pada saat ini pengaturan terkait dengan konten *YouTube* sebagai jaminan diatur di dalam PP Ekonomi Kreatif, namun di dalam pelaksanaannya masih terdapat banyak hambatan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Jaminan, Konten, Valuasi, *YouTube*.

The Urgency of Technical Completeness in Regulation of the Use of YouTube Content as a Collateral

Abstract

The development of digital technology makes rapid changes to continuously increasing variation of economic activities in the community. The result of technological advances then creates new industrial fields, such as, the creative economy which is regulated by Law Number 24 of 2019 on Creative Economy (Creative Economy Law). Subsequent changes also evolved in the issuance of Regulation of the Government of the Republic of Indonesia Number 24 of 2022 on Implementation Regulations of Law Number 24 of 2019 on Creative Economy which is one of the policies regarding the application of using YouTube content as collateral. This also led to a lot of controversy and has become an interesting new issue to be discussed in its legal application. Research was conducted using a normative juridical research method in analyzed the study of the problem through consideration of the laws and regulations and related secondary sources. In the result of the research, it is known that currently the arrangements related to YouTube content as collateral are regulated in the PP Creative Economy, but n its implementations there are still many obstacles.

Keywords: *Creative Economic, Collateral, Content, Valuation, YouTube.*

¹ Universitas Padjadjaran, Jln. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat, viskha19001@mail.unpad.ac.id, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran.

² Universitas Padjadjaran, Jln. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat, switcha19001@mail.unpad.ac.id, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran.

³ Universitas Padjadjaran, Jln. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat, irene19002@mail.unpad.ac.id, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran.

⁴ Universitas Padjadjaran, Jln. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat, azalia19001@mail.unpad.ac.id, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran.

⁵ Universitas Padjadjaran, Jln. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat, valencia19001@mail.unpad.ac.id, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran.

A. Pendahuluan

Sifat perubahan manusia yang selalu berkembang secara dinamis membuat adanya perubahan pada teknologi dengan intervensinya terhadap aspek kehidupan. Salah satu bentuk intervensi tersebut adalah penggunaan sosial media di dalam dunia bisnis yang menjadikannya salah satu sarana untuk mendapatkan keuntungan atau memperluas jaringan koneksi. Sosial media hadir sebagai ruang virtual tempat setiap orang dapat berkomunikasi, berbagi, dan berpartisipasi untuk menyampaikan informasi. Alhasil, sosial media menjadi media yang dapat memberikan pengaruh kepada penggunanya untuk melakukan sesuatu hingga memberikan informasi penting secara luas kepada segmentasi pasar suatu lini bisnis dan membuatnya menjadi memiliki hubungan yang erat dengan nilai ekonomi.⁶

Pada umumnya, sosial media yang digunakan akan menyesuaikan dengan bentuk pesan dan sasaran audiens yang dituju. Pada saat ini, beragam pilihan sosial media tersebar secara luas, seperti, *WhatsApp, Twitter, Facebook, Line, TikTok, dan YouTube*. *YouTube* menghadirkan fitur bagi para penggunanya untuk dapat menonton berbagai macam video yang dibagikan oleh para pengguna lainnya dan juga ikut berbagi video untuk ditonton oleh orang lain.⁷ Popularitas dari *YouTube* di Indonesia dapat dilihat pada hasil survei Populix pada Maret 2022. Survei yang melibatkan 1.023 responden tersebut menunjukkan bahwa *YouTube* menjadi media yang sering digunakan oleh banyak

orang dengan perolehan hasil survei sebanyak 94%.⁸

Intensitas penggunaan *YouTube* di masyarakat terus meningkat seiring dengan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di era digital. Pembangunan pasar digital di Indonesia pada saat ini tidak dapat terlepas dari angka pengguna internet di Indonesia yang terus berkembang. Menurut catatan Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Indonesia mengalami peningkatan 35 juta pengguna internet dan mencapai angka 210 juta orang di tahun 2022.⁹ Alhasil, perkembangan pasar di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Potensi tersebut juga turut diiringi oleh pertumbuhan ekonomi kreatif akibat semakin luasnya jenis konten di media sosial.

Melihat tingginya perkembangan ekonomi kreatif di dalam pasar digital di Indonesia, Pemerintah Indonesia melalui UU Ekonomi Kreatif menarik perkembangan pengaturan dalam rangka mengembangkan dan mendorong daya saing ekonomi di sektor ekonomi kreatif di dalam perekonomian nasional Indonesia sehingga terwujud pembangunan yang berkelanjutan. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif merupakan bentukan atas kekayaan

⁶ Ainuri, Makhmudun, "Nilai Ekonomi Modal Sosial sebagai Media Rekeyasa Difusi Teknologi pada Sentra Industri Pangan Skala Kecil", *Agritech: Fakultas Teknologi Pertanian UGM* 29, Nomor 4, 2009, hlm. 207-208.

⁷ Rohaini, Eka Rasmawati Dianne, and Ahmad Faldy, "Perlindungan Hukum Penggunaan Musik Sebagai Latar dalam *YouTube* Menurut Undang-Undang Hak Cipta", *Pactum Law Journal*, Volume 1, Nomor 4, 2018, hlm. 321-335.

⁸ CNN Indonesia, "*YouTube* Jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga", [⁹ CNBC Indonesia, "Data Terbaru, Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?",](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/YouTube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga#:~:text=YouTube%20Jadi%20Raja%20Media%20Sosial%20di%20Indonesia%2C%20Diakses%2094%20Persen%20Warga,-CNN%20Indonesia&text=Bagikan%203A&text=YouTube%20masih%20menjadi%20raja%20media,jatuh%20setiap%20tanggal%2010%20Juni, diakses pada 12 Agustus 2022.</p>
</div>
<div data-bbox=)

intelektual dimana wujud nilai tambahnya berasal dari hasil kreativitas milik manusia.¹⁰ Kreativitas ini selanjutnya diwujudkan secara nyata dengan bantuan dari beberapa basis perkembangan yang dimuat di dalam regulasi ini, salah satu di antaranya adalah melalui perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang kemudian mendorong terbentuknya hak cipta kekayaan intelektual yang lebih bervariasi. Dorongan teknologi inilah yang salah satunya mengembangkan urgensi penggunaan sektor ekonomi kreatif di dalam mendorong sistem perekonomian nasional di Indonesia pada saat ini.¹¹

Menurut Pasal 5 UU Ekonomi Kreatif, setiap pelaku ekonomi kreatif memiliki hak untuk mendapatkan dukungan yang berasal dari pemerintah di dalam perkembangan ekosistem ekonomi kreatif yang hadir sebagai ikatan sistem yang mendorong nilai dari kegiatan ekonomi kreatif. Pemerintah perlu memastikan bahwa setiap kegiatan ekonomi kreatif yang diselenggarakan pada akhirnya dapat memiliki perlindungan hukum dan nilai saing yang kompetitif di pasar.¹² Salah satu dorongan pemerintah Indonesia dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif di pasar digital adalah dengan memberlakukan sistem jaminan berupa konten *YouTube*. Pemerintah Indonesia memberikan kesempatan kepada pengguna konten *YouTube* untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan dengan menjadikan karyanya sebagai jaminan. Sertifikasi *YouTube* dianggap memiliki nilai jual ekonomi mengingat posisinya sebagai perwujudan dari kekayaan intelektual yang memiliki nilai moral dan ekonomi.¹³

PP Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsolidasi atas pelaksanaan Pemerintah Indonesia dalam pembangunan ekonomi kreatif secara nasional. Dengan hadirnya peraturan tersebut, konten *YouTube* sebagai salah satu wujud dari ekonomi kreatif sebagai bentuk kekayaan intelektual yang lahir dengan perkembangan dorongan teknologi yang memiliki nilai ekonomi di dalam eksistensinya. Peraturan ini juga secara jelas memberikan basis hukum kepada pencipta dari konten *YouTube* untuk dapat memanfaatkan konten mereka sebagai objek jaminan utang yang dapat diajukan kepada lembaga keuangan.¹⁴ Dengan adanya kebijakan tersebut, diharapkan bahwa setiap konten *YouTube* akan memiliki taksiran nilai ekonomi yang jelas.

Faktanya, penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan masih belum bebas dari masalah, seperti, belum jelasnya alur pemanfaatan konten *YouTube* sebagai jaminan dan bagaimana pandangan dari lembaga keuangan di Indonesia mengenai hal tersebut. Untuk memastikan bahwa proposal Pemerintah di dalam PP Ekonomi Kreatif dapat terlaksana dengan baik, Pemerintah perlu memastikan regulasi ini mendapatkan dukungan dari masyarakat dan lembaga keuangan yang berwenang di Indonesia, khususnya, Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tulisan ini adalah tulisan penelitian yang ditujukan untuk menganalisa lebih lanjut mengenai prosedur yang digunakan di dalam pemanfaatan konten *YouTube* sebagai jaminan utang dan berbagai hambatan yang mungkin timbul di dalam implementasi kebijakan tersebut. Dengan adanya penjelasan mengenai alur dan hambatan, setiap pembaca diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai

¹⁰ Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

¹¹ Konsiderans Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

¹² Pasal 5 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

¹³ Katadata.co.id, "Konten *YouTube* Jadi Jaminan Utang di Bank",

<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/62e2163e3f82a/konten-YouTube-jadi-jaminan-utang-di-bank>, diakses 13 Agustus 2022

¹⁴ Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi kreatif.

implementasi pemanfaatan konten *YouTube* sebagai jaminan dan juga dapat menyusun strategi untuk menghindari setiap hambatan yang mungkin terjadi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian yuridis normatif sehingga jenis pendekatan kajian akan menggunakan peraturan perundang-undangan dalam menganalisa isu hukum yang dibahas.¹⁵ Adapun, peraturan perundang-undangan yang digunakan adalah UU Ekonomi Kreatif dan PP Ekonomi Kreatif. Penelitian ini juga turut menggunakan analisis studi pustaka, yaitu, pendekatan yang digunakan dengan cara menggunakan sumber-sumber sekunder dan juga tersier sebagai acuan literatur yang didapatkan dari berbagai bahan bacaan, seperti, artikel maupun kamus. Setiap hasil bacaan tersebut kemudian akan dirangkum menjadi dasar pertimbangan untuk membentuk sebuah kesimpulan yang kemudian akan digunakan sebagai jawaban atas masalah yang dibahas.¹⁶

C. Pembahasan

1. Hak Ekonomi pada Hak Cipta Sinematografi yang Diunggah di *YouTube*

YouTube adalah salah satu *platform* anak perusahaan Google yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Adapun, *YouTube* memuat video yang dapat diakses dan menyediakan layanan bagi setiap pengguna untuk mengunggah, menonton, dan membagikan video. Pengguna *YouTube* Indonesia mencapai 127 juta pengguna di tahun 2022 sehingga Indonesia merupakan negara dengan

pengguna *YouTube* terbesar ketiga di dunia.¹⁷ Alhasil, *YouTube* telah berkembang menjadi salah satu *platform* yang menghasilkan dan berdampak cukup besar bagi perekonomian bangsa.

Di Indonesia, dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat dan dalam rangka mendorong pertumbuhan teknologi serta demi ditegakkannya kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia, maka terdapat kewajiban bagi seluruh Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) baik publik maupun privat untuk melakukan suatu pendaftaran sebagaimana diatur Pasal 6 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. PSE adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama pada Pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.¹⁸ Secara sederhana, PSE lingkup publik adalah PSE yang diselenggarakan oleh negara atau institusi yang ditunjuk oleh negara dan PSE Privat adalah PSE di luar PSE Publik. Sebagai salah satu PSE yang besar dan eksis di Indonesia, *YouTube* memiliki kewajiban untuk melakukan pendaftaran PSE lingkup privat.

YouTube sebagai salah satu *platform* telah membuka peluang bagi penggunanya untuk menghasilkan nilai ekonomis dari konten yang diunggahnya dikarenakan *YouTube* telah menjadi sebuah *platform* besar yang konten-konten videonya dapat

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, Jakarta: Predamedia Group, 2014, hlm. 69.

¹⁶ Benuf, Kornelius, dan Muhamad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer", *Gema Keadilan*, Nomor 1, Volume 7, 2020, hlm. 26.

¹⁷ GMI Blogger, "YouTube User Statistics 2022", <https://www.globalmediainsight.com/blog/YouTube-users-statistics/#:~:text=According%20to%20April%202022%20statistics,user%20base%20for%20the%20platform, diakses pada 21 Agustus 2022>.

¹⁸ Pasal 1 ayat (4) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

ditonton oleh seluruh orang di penjuru dunia.¹⁹ Para pengguna *YouTube* yang mengunggah video secara aktif di *YouTube* dan memiliki *Channel YouTube* disebut sebagai *YouTuber*. Salah satu contoh *YouTuber* yang berasal dari Indonesia adalah Atta Halilintar yang sempat masuk ke dalam ranking 8 dunia sebagai pengguna *YouTube* dengan estimasi penghasilan sebesar 44 M.²⁰ Jumlah penghasilan yang didapatkan seorang *YouTuber* dari lagu, video, atau berbagai konten yang dibagikan melalui *YouTube* dapat dihitung dari jumlah penonton yang didapatkan. Penghasilan yang diperoleh akan bergantung pada nilai *Cost Per Click* (CPC), *Revenue Per Millie Impression* (RPM), serta *AdSense* yang berbeda-beda nilainya tergantung pada negara, jumlah penayangan, kategori video, dan asal *traffic*. CPC, RPM, dan *AdSense* berkaitan dengan iklan yang ditayangkan dalam suatu konten yang diunggah *YouTuber*.²¹

Lebih lanjutnya, *AdSense* adalah suatu program periklanan antara pemilik situs dan pengiklan yang berniat mempromosikan produknya yang diterapkan oleh *Google* melalui media internet untuk mendapatkan keuntungan atau pemasukan dari iklan. Pemilik situs dapat memasang iklan tertentu yang ditentukan *Google* atas persetujuan saat pendaftaran keanggotaan. Keuntungan atau pemasukan dari iklan tersebut akan dihitung dengan sistem PPC yang dibayar oleh pengiklan. Selain itu, terdapat pula beberapa jenis pembayaran iklan berdasarkan ketentuan *AdSense YouTube* lainnya, seperti, *Cost Per View* (CPV) sehingga *YouTuber* dapat memperoleh keuntungan dari penayangan video iklan kepada penonton sebelum penonton

menonton konten yang dibagikan dalam *Channel YouTube* tersebut. Sistem *Cost Per Impression* (CPI) memungkinkan *YouTuber* untuk memperoleh keuntungan melalui *banner* iklan yang disematkan dalam konten yang diunggah *YouTuber*, baik dalam bentuk gambar, kartu sponsor, dan lain sebagainya. Adapun, keuntungan dihitung dan dibayarkan dari jumlah pengunjung yang melihat iklan tersebut. Sementara itu, CPC memungkinkan *YouTuber* untuk memperoleh hanya berdasarkan jumlah klik pada iklan. Keuntungan dan pemasukan dari iklan pada konten yang diunggah *YouTuber* akan dibayarkan secara otomatis serta dapat dilihat nominal dan perkembangannya melalui *Dashboard YouTube Analytic*.²²

Nominal yang dibayarkan pada *YouTuber* atas iklan dalam video atau konten yang telah mereka unggah di *YouTube* dapat berbeda-beda tergantung dari beberapa hal dan biasanya dapat terlihat dari penempatan iklan. *YouTube* pun memiliki program kerja sama bernama *YouTube Partner* yang nominal keuntungan dari iklannya pun ditentukan oleh letak iklan pada video yang diunggah *YouTuber* dengan sistem CPM (*Cost Per Millie*). Sistem CPM berlaku ketika pendapatan yang diterima *YouTuber* atas iklan di kontennya dihitung dari jumlah penonton iklan tersebut. Ketika iklan telah ditonton sejumlah 1.000 kali, maka keuntungan dari pengiklan akan dibagikan sebesar 45% bagi perusahaan *YouTube* dan 55% bagi *content creator*.

Di luar pemasukan-pemasukan yang telah disebutkan, *YouTuber* juga dapat memperoleh pendapatan dengan melakukan *endorsement* atau *product placement* untuk memasarkan suatu barang atau jasa sehingga *YouTuber* juga sering disebut sebagai *influencer marketing*.²³ Berdasarkan hal-hal tersebut,

¹⁹ Jimi N. Mahameruaji, dkk, *Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia*, *Ilmu Komunikasi*, Volume 15, Nomor 1, 2018, hlm. 62.

²⁰ Muhammad Taufiq Budiarto, "Penggalian Potensi Pajak Para *YouTuber* Menggunakan Metode *Web Scrapping*", *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2020, hlm. 546

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*, hlm. 550.

²³ *Ibid.*, hlm. 549.

maka terlihat bahwa *YouTube* telah menjadi salah satu sumber penghasilan bagi para penggunanya serta karya pengguna yang diunggah dalam melalui *YouTube* memiliki nilai ekonomis.

Jika ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta), dijelaskan bahwa sinematografi adalah ciptaan yang berupa gambar bergerak (*moving images*), seperti, film dokumenter, film iklan, reportase atau film cerita yang dibuat dengan skenario, dan film kartun. Karya sinematografi dapat dibuat dalam pita seluloid, pita video, piringan video, cakram video, cakram optik dan/atau media lain yang memungkinkan untuk dipertunjukkan di bioskop, layar lebar, televisi, atau media lainnya. Sinematografi merupakan salah satu contoh bentuk audiovisual.²⁴ Video yang diunggah melalui *YouTube* merupakan salah satunya. Dengan adanya perlindungan hak cipta ini, maka sudah sepantasnya Pencipta atas video yang diunggah melalui *YouTube* memperoleh hak moral dan hak ekonomis sebagaimana yang diatur dalam UU Hak Cipta. Pasal 16 UU Hak Cipta menjelaskan bahwa sebagai suatu benda bergerak tidak berwujud, hak cipta dapat dialihkan melalui cara yang ditentukan oleh undang-undang dan dapat dijadikan sebagai salah satu objek jaminan fidusia yang dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pembentukan UU Ekonomi Kreatif oleh Pemerintah ditujukan untuk mengatasi promosi, berbagai kendala akses perbankan infrastruktur, sinergitas di antara pemangku kepentingan dan pengembangan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif. Selain itu, PP Ekonomi Kreatif dibuat sebagai peraturan pelaksana atas ketentuan Pasal 16 ayat (2) dan Pasal 21 ayat (2) UU Ekonomi Kreatif dan untuk menjamin terlaksanakannya insentif bagi pelaku ekonomi kreatif sebagaimana

dimaksud dalam Pasal 19 dan Pasal 22 UU Ekonomi Kreatif, di mana diperlukannya Peraturan Pemerintah untuk pelaksanaan UU tersebut. Dengan lahirnya UU Ekonomi Kreatif dan PP Ekonomi Kreatif, maka keduanya dapat dikatakan sebagai salah satu jawaban agar terwujudnya hak ekonomi atas karya kekayaan intelektual yang salah satunya adalah hak cipta atas video sinematografi yang dalam tulisan ini adalah video yang diunggah melalui *YouTube*.

2. Hambatan Penggunaan Konten *YouTube* Sebagai Jaminan Untuk Mendapatkan Pinjaman

Pasal 7 ayat (2) PP Ekonomi Kreatif menjelaskan beberapa syarat di dalam pengajuan pembiayaan berbasis kekayaan intelektual yang paling sedikit meliputi proposal pembiayaan, adanya usaha ekonomi kreatif, adanya perikatan mengenai kekayaan intelektual produk ekonomi kreatif, dan adanya surat pencatatan atau sertifikat kekayaan intelektual.²⁵ Nyatanya, tidak semua konten *YouTube* dapat digunakan karena konten *YouTube* tersebut harus tercatat atau terdaftar di Pangkalan Data Kekayaan Intelektual dan pengelolaan secara baik oleh perseorangan dan/atau dialihkan haknya kepada pihak lain juga telah dilakukan sebagaimana ketentuan pada Pasal 10 PP Ekonomi Kreatif.²⁶

Sebagai kekayaan intelektual berupa hak cipta, konten *YouTube* sebagai jaminan termasuk ke dalam jenis jaminan fidusia, di mana hal ini dapat ditemukan di dalam Pasal 16 ayat (3) UU Hak Cipta.²⁷ Pasal 16 ayat (3) UU Hak Cipta mengerucutkan bahwasanya hanya jaminan berbentuk

²⁴ Penjelasan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta Pasal 40 huruf (m).

²⁵ Pasal 7 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

²⁶ Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

²⁷ Pasal 10 ayat (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

fidusia saja yang dapat digunakan pada suatu hak cipta sehingga tetap tunduk kepada ketentuan UU Fidusia seperti halnya objek jaminan fidusia jenis lainnya karena tidak terdapat peraturan tersendiri. Karakteristik jaminan fidusia yang tidak mewajibkan penyerahan objek jaminan kepada kreditur tentu menjadi keuntungan bagi pemegang hak cipta yang dalam hal ini berbentuk konten *YouTube* sebab pemilik konten tetap dapat menggunakan serta memanfaatkan hak ciptanya. Hak cipta, termasuk sebuah konten *YouTube*, termasuk dalam jenis barang bergerak tidak berwujud sehingga memerlukan bukti hak cipta atau sertifikat kekayaan intelektual bahwa hak cipta berbentuk konten *YouTube* tersebut telah sah didaftarkan dan dicatatkan oleh Dirjen HKI, yang mana bukti hak cipta tersebut menjadi bukti adanya barang yang dijamin dalam proses penjaminan dengan jaminan fidusia.²⁸ Bukti hak cipta tersebut sekaligus sebagai sertifikat fidusia yang berguna untuk pembuktian manakala timbul sengketa dalam pelaksanaannya karena sertifikat jaminan fidusia yang memuat bukti hak cipta memiliki kekuatan eksekutorial.²⁹

Melihat potensi yang cukup besar dari YouTube sebagai media yang menghasilkan nilai ekonomi, sudah sewajarnya bagi para pelaku ekonomi kreatif di YouTube untuk memperoleh berbagai insentif dan kemudahan sebagai modal untuk memperluas usahanya. Salah satu pihak yang berperan dalam hal ini adalah bank. Bank memiliki peran sebagai pemberi kredit yang berwenang untuk melakukan penyidikan dan analisa kredit dan jaminannya serta pemberi keputusan atas

permohonan kredit kepada calon debitur.³⁰ Namun, perlu dicatat bahwa yang dijamin adalah sertifikat kekayaan intelektual yang berisikan hak cipta atas konten *YouTube* yang bersangkutan. Meskipun dapat digunakan sebagai jaminan fidusia, penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan masih menghadapi berbagai hambatan.

Pertama, penentuan valuasi sebuah hak kekayaan intelektual. Pengkajian mengenai hak kekayaan intelektual untuk digunakan sebagai jaminan hingga saat ini masih terus dikaji oleh OJK dikarenakan belum cukup kuatnya ekosistem hak kekayaan intelektual pada pasar sekunder dan masih belum cukupnya mekanisme untuk menentukan valuasi sebuah hak kekayaan intelektual.³¹ Valuasi menjadi sangat karena sebuah lembaga keuangan harus sangat berhati-hati dalam memberikan pinjaman. Pada umumnya, dalam menentukan apakah debitur layak untuk diberikan pinjaman atau tidak, terdapat Prinsip 5C atau *Fives of Credit* yang digunakan sebagai tolok ukur.

Salah satu prinsip 5C adalah *Collateral* atau agunan yang begitu krusial karena lembaga keuangan haruslah menerima jaminan dari debitur sebagai bentuk pengaman apabila debitur suatu waktu tidak dapat melunasi pinjamannya. Jaminan ini haruslah dianalisis dari segi yuridis dan ekonomis guna mengetahui kelayakannya sebagai jaminan.³² Hal ini tidak terlepas dari kemungkinan seorang

²⁸ Erika Natalina Br Ginting, Yetniwati, "Pengaturan Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia", *Zakeen: Journal of Civil and Business Law*, Volume 1, Nomor 3, 2020, hlm. 426 <https://online-journal.unja.ac.id/Zaaken/article/view/11070/6677>.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Newfriend N.Sambe, "Fungsi Jaminan Terhadap Pemberian Kredit Oleh Pihak Bank Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998", *Lex Crimen*, Vol V, No. 4, 2016. Hlm. 77.

³¹ Linda Hasibuan, "Konten *YouTube* Jadi Jaminan Bank, Ini Penjelasan Kemenkum HAM", <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220726150429-33-358684/konten-YouTube-jadi-jaminan-bank-ini-penjelasan-kemenkum-ham>, diakses pada 10 Agustus 2022.

³² Made Adi Guntara dan Ni Made Ari Yuliantini Griadhi, "Penerapan Prinsip 5C Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Bank di Dalam Menyalurkan Kredit", *Kertha Semaya*, Volume 7, Nomor 8, 2019, hlm. 9-10.

debitur dapat mengalami macet dalam pembayaran atau bahkan gagal dalam mengembalikan pinjamannya sehingga dibutuhkan sarana pengaman agar sebuah lembaga keuangan tetap dapat mendapatkan uang yang telah mereka pinjamkan. Alhasil, jaminan pun hadir sebagai jawaban sebagai solusi sekaligus sebagai bentuk diberikannya kepastian hukum untuk kreditur bahwa kewajiban debitur akan dilaksanakan oleh debitur yang bersangkutan. Pada umumnya, jaminan yang dikenal terbagi ke dalam 2 (dua) jenis, yaitu, jaminan kebendaan dan jaminan perorangan. Fidusia sendiri adalah jaminan kebendaan yang diatur di dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia (UU Fidusia), di mana barang jaminan fidusia akan tetap ada di dalam penguasaan debitur sehingga tetap dapat digunakan untuk kegiatan usahanya. Jaminan fidusia ini berlandaskan pada kepercayaan dalam melakukan penyerahan hak milik. Hal ini pula yang menyebabkan para kreditur banyak menggemari jenis jaminan tersebut.³³

Jaminan tersebut pun haruslah dinilai terlebih dahulu oleh lembaga keuangan untuk mengetahui apakah jaminan tersebut memiliki nilai yang setara atau bahkan lebih daripada jumlah pinjaman yang diajukan oleh kreditur. Berbeda dengan jaminan dalam bentuk barang, bangunan, ataupun tanah yang sudah umum, valuasi konten *YouTube* untuk menentukan nilai dari konten *YouTube* masih belum jelas. Hal ini dikarenakan tidak adanya pedoman untuk menilai nilai ekonomis dari hak cipta yang ada di dalam konten *YouTube*. Ketentuan tersebut pun sulit diterapkan sehingga penolakan hak cipta sebagai bentuk jaminan fidusia begitu besar dilakukan oleh bank dikarenakan

kesulitan dalam melakukan penilaian atas nilai sebuah konten *YouTube*. Hal ini tentu dapat dipahami mengingat sebuah lembaga keuangan haruslah mendapatkan kembali jumlah pinjaman yang mereka pinjamkan dari debitur yang bersangkutan.³⁴

Penilaian tersebut pun menjadi wajib sebagaimana dicantumkan di dalam Pasal 8 huruf c PP Ekonomi Kreatif. Adapun, permasalahan dalam melakukan penilaian tersebut juga berusaha diatasi oleh Pasal 12 PP Ekonomi Kreatif yang menyebutkan bahwa penilaian kekayaan intelektual dapat menggunakan beberapa pendekatan, yaitu, pendekatan biaya (menghasilkan indikasi nilai dengan menggunakan prinsip ekonomi, di mana pembeli tidak akan membayar suatu aset lebih dari biaya untuk memperoleh aset dengan kegunaan yang sama atau setara pada saat pembelian atau konstruksi), pendekatan pasar (menghasilkan indikasi nilai dengan cara membandingkan aset yang dinilai dengan aset yang identik atau sebanding, dimana informasi harga transaksi atau penawaran tersedia), pendekatan pendapatan (menghasilkan indikasi nilai dengan mengubah arus kas di masa yang akan datang ke nilai kini), dan/atau pendekatan penilaian lainnya sesuai dengan standar penilaian yang berlaku.³⁵

Berdasarkan hal tersebut, PP Ekonomi Kreatif belum mengatur secara rinci mengenai teknis valuasi yang dapat digunakan oleh lembaga keuangan dalam melakukan valuasi atas sebuah hak kekayaan intelektual berupa konten *YouTube*. Oleh sebab itu, sangat wajar banyak lembaga keuangan yang masih

³³ Heddy Kandou, Dhaniswara K Harjono, dan Aartje Tehupieory, "Jaminan Fidusia Sebagai Jaminan Kebendaan yang Memberi Hak Mendahului dalam Perolehan Pelunasan Hutang", *Hukum To-Ra*, Volume 7, 2021, hlm. 134-135.

³⁴ Humas FH UI, "Hak Cipta Sebagai Jaminan Fidusia Terhambat Sistem Valuasi", <https://law.ui.ac.id/v3/hak-cipta-sebagai-jaminan-fidusia-terhambat-sistem-valuasi/>, diakses pada 14 Agustus 2022.

³⁵ Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

mempertimbangkan penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan karena penggunaannya masih sangat baru dan belum ada regulasi terperinci yang dapat digunakan sebagai pedoman. Selain itu, OJK juga menuturkan bahwa diperlukannya sebuah lembaga khusus untuk melakukan pengelolaan atas sistem valuasi guna menjamin nilai hak yang dijadikan sebagai jaminan fidusia sehingga pemegang fidusia atau kreditur dapat menikmatinya apabila debitur tidak memenuhi kewajibannya.³⁶

Permasalahan kedua berkenaan dengan rentannya pembajakan atas sebuah konten *YouTube* yang berisiko menurunkan nilai valuasi konten tersebut. Pembajakan menurut Pasal 1 angka 23 UU Hak Cipta adalah penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait secara tidak sah dan pendistribusian barang hasil penggandaan dimaksud secara luas untuk memperoleh keuntungan ekonomi.³⁷ Melihat rentannya pembajakan yang dapat dilakukan, penyediaan *form* pengaduan pelanggaran hak cipta pun disediakan oleh *YouTube* sehingga para penggunanya bisa mengakses *form* tersebut di *website* milik *YouTube*. Selanjutnya, *copyright strike* akan dikeluarkan oleh *YouTube* untuk pelanggar hak cipta yang dapat mengakibatkan dihapusnya *channel* pelanggar hak cipta secara permanen. Sayangnya, penentuan kepemilikan hak cipta tidak dapat dilakukan oleh *YouTube* sebagaimana yang tercantum di *website support YouTube* sebab pihak *YouTube* hanya dapat menindaklanjuti *form* pengaduan pelanggaran hak cipta dengan cara melakukan penghapusan atas konten *YouTube* yang memang dirasa telah dilanggar hak ciptanya serta dibajak oleh pihak lain. Upaya hukum untuk menyelesaikan kasus pembajakan tersebut nyatanya menghadapi kendala dikarenakan

para pembajak konten *YouTube* tersebut biasanya tidak diketahui identitasnya dikarenakan tidak dimilikinya kejelasan alamat oleh sistem *account*.³⁸

Dengan adanya pembajakan yang begitu marak, maka dapat dipahami jika lembaga keuangan masih ragu dalam menerima jaminan berupa konten *YouTube* mengingat nilai valuasinya yang terancam menurun. Alhasil, perlindungan hukum atas kekayaan intelektual menjadi begitu krusial dalam mewujudkan penggunaan kekayaan intelektual sebagai jaminan. Nyatanya, terdapat beberapa teori yang dapat digunakan sebagai dasar perlindungan hukum atas kekayaan intelektual yang dikemukakan oleh Nico Kansil sebagai berikut:³⁹ (1) Teori *Reward*, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual adalah bentuk penghargaan serta pengakuan atas keberhasilan usaha dari pencipta ataupun penemu dalam menghadirkan karya mereka; (2) Teori *Recovery*, terdapat berbagai pengorbanan dari pencipta ataupun penemu yang meliputi tenaga, pikiran, waktu, dan biaya dalam menghadirkan sebuah karya; (3) Teori *Incentif*, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual merupakan bentuk insentif sehingga para pencipta ataupun penemu akan semakin terpacu dalam menghasilkan berbagai karya baru dengan kreativitas mereka; (4) Teori *Public Benefit*, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual diadakan sehingga ekonomi dapat diraih dan dikembangkan dengan menggunakan kekayaan intelektual sebagai alatnya.

Seperti halnya bentuk objek jaminan lainnya, konten *YouTube* tetap memerlukan perjanjian tersendiri di luar perjanjian pokok namun terikat dengan

³⁶ Humas FH UI, "Hak Cipta Sebagai Jaminan Fidusia Terhambat Sistem Valuasi", *Op.Cit.*

³⁷ Pasal 1 angka 23 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

³⁸ Sinurat Tedy Setiada, Abdul Atsar, dan Grasia Kurniati, "Perlindungan Hukum atas Pelanggaran Pembajakan Hak Cipta di Situs *YouTube*", *Ilmu Hukum*, Volume 9, Nomor 2, 2020, hlm. 333.

³⁹ Sudjana, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Bandung: CV Keni Media, 2018, hlm. 40.

perjanjian pokoknya karena berhubungan dengan jaminan utang-piutang. Perjanjian ini salah satunya memuat hal krusial bilamana terjadi wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian dan jaminan fidusia yang telah ditetapkan yang akan dilakukan eksekusi.⁴⁰ Eksekusi jaminan fidusia atas konten *YouTube* masih mengacu kepada ketentuan dalam UU Fidusia karena PP Ekonomi Kreatif tidak membahas serta mengatur mengenai eksekusi jaminan fidusia atas hak kekayaan intelektual, termasuk, hak cipta.

Kedua, eksekusi jaminan berbentuk hak cipta atas konten *YouTube*. Dalam ketentuan Bab V UU Fidusia, eksekusi jaminan fidusia terbagi ke dalam 3 (tiga) cara, yaitu, dengan cara eksekusi jaminan berdasarkan titel eksekutorial sertifikat jaminan fidusia yang mana eksekusi tersebut dapat dilaksanakan secara langsung tanpa memerlukan putusan pengadilan karena terdapat titel eksekutorial di dalamnya. Cara eksekusi selanjutnya adalah eksekusi berlandaskan parate, di mana eksekusi lewat pelelangan umum sehingga kreditur atau yang dalam konteks ini adalah bank berhak dan memiliki kuasa untuk menjual benda yang menjadi objek jaminan tersebut dan hasil penjualan benda yang menjadi objek jaminan akan digunakan sebagai pelunasan piutang. Cara terakhir adalah dengan melakukan penjualan yang dilakukan di bawah tangan berlandaskan kesepakatan pemberi fidusia dan penerima fidusia dan untuk mendapatkan harga tertinggi.⁴¹

Berbagai cara tersebut mengacu kepada eksekusi objek jaminan berbentuk barang berwujud, baik bergerak maupun

tidak bergerak. Hal ini dikarenakan UU Fidusia diundangkan pada tahun 1999 dan belum ada perubahan atau penggantian aturan hingga saat ini sehingga materi muatan dalam undang-undang tersebut belum mengalami perkembangan⁴² yang sejalan dengan perkembangan jaminan di Indonesia saat ini. Hal ini tentu menimbulkan pertanyaan dan persoalan apabila terdapat perkembangan yang kurang terakomodir oleh peraturan tersebut, seperti, halnya perkembangan bahwa hak kekayaan intelektual termasuk hak cipta dapat dijadikan objek jaminan fidusia. Objek jaminan fidusia berbentuk hak cipta yang mana termasuk dalam kelompok benda tidak berwujud memunculkan persoalan serta keraguan kreditur dalam penjaminan, terutama untuk hal eksekusi jaminan pada saat debitur melanggar isi perjanjian dan wanprestasi. Namun, pelaksanaan eksekusi jaminan atas hak cipta, dalam hal ini berbentuk konten *YouTube* mengacu kepada ketentuan UU Fidusia. Di sisi lain, ketentuan tersebut saat ini tengah dilakukan penyesuaian dengan bentuk hak cipta yang berupa benda tidak berwujud.

Seperti yang diketahui, konten *YouTube* merupakan salah satu bentuk kreativitas seorang *content creator* yang saat ini digolongkan sebagai bentuk digital kreatif. Digital kreatif pada dasarnya serupa dengan ekonomi kreatif, namun terdapat pengembangan di dalamnya dengan memanfaatkan teknologi dan menuangkannya dalam suatu *platform* digital.⁴³ Adanya karya dan hasil pemikiran

⁴⁰ Widya Marthauli Handayani, "Keberlakuan Hukum Hak Cipta sebagai Objek Jaminan Fidusia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta", *Legislasi Indonesia*, Volume 16, Nomor 2, 2019, hlm. 221, <https://e-peraturan.go.id/index.php/jli/article/view/466/pdf>.

⁴¹ Erika Natalina Br Ginting, Yetniwati, "Pengaturan Hak Cipta sebagai Objek Jaminan Fidusia dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia", *Op.Cit.*, hlm. 427-428.

⁴² Irene Maria A, Switcha D.A., "Problematik Pelaksanaan Hak Cipta Atas Permainan Video Sebagai Objek Jaminan Fidusia" *Padjajaran Law Review*, Volume 9, Nomor 1, 2021, hlm. 8, <http://.fh.unpad.ac.id/index.php/plr/article/view/485/375>.

⁴³ Fitri Astari Asril, Rika Ratna P, Tasya Safiranita R., "Perlindungan Hak Cipta pada Platform Digital Kreatif YouTube", *Jurisprudence*, Volume 10, Nomor 2, 2020, hlm. 148, <https://journals.ums.ac.id/index.php/jurisprudence/article/view/10368/6510>.

kreatif tertentu yang perlu dilindungi dan dipertahankan hak-hak di dalamnya membuat digital kreatif dalam bentuk konten *YouTube* dapat dilekatkan suatu hak cipta di dalamnya serta terdapat hak moral dan hak ekonomi yang perlu dipertahankan oleh seorang pencipta atau dalam hal ini termasuk juga *content creator*. Hak ekonomi ini dapat berbentuk royalti yang melekat pada seorang *content creator*, baik sebagai pencipta ataupun pemegang hak cipta yang mana pengelolaan seperti pengumpulan royalti dibantu oleh Lembaga Manajemen Kolektif (LMK).⁴⁴

Atas dasar itu, apabila konten *YouTube* sebagai digital kreatif yang memiliki hak cipta dan telah terdaftar dan tercatat di Dirjen HKI dijadikan objek jaminan fidusia maka hak ekonomi berbentuk royalti yang akan dijadikan objek eksekusi jaminan. Beberapa pendapat berpendapat bahwa dalam pelaksanaan eksekusi jaminan fidusia konten *YouTube* dengan penjualan benda objek jaminan atas kekuasaan bank sebagai penerima fidusia dengan pelelangan untuk pelunasan piutangnya dapat dilakukan dengan penjualan atau pencairan royalti di waktu-waktu selanjutnya di dalam rekening tabungan *content creator* atau pemilik hak cipta atas konten tersebut yang dilakukan oleh bank. Selain itu, dapat pula dilakukan penjualan di bawah tangan antara bank dengan *content creator* atau pemilik hak cipta atas konten tersebut. Penjualan di bawah tangan disini dilakukan dengan keharusan untuk pembuatan rekening tempat penyimpanan pembayaran royalti pemilik hak cipta di bank yang posisinya dalam hal ini sebagai kreditur.⁴⁵ Meski demikian, penentuan nilai royalti yang dieksekusi

dilakukan sebagaimana ditentukan dalam perjanjian.⁴⁶

Sedikit berbeda, beberapa pendapat lainnya menganggap bahwa eksekusi jaminan fidusia dalam bentuk hak cipta, dalam hal ini konten *YouTube* dilakukan dengan mengeksekusi keseluruhan dari hak cipta tersebut atau tidak hanya mengeksekusi hak ekonomi dalam bentuk royaltinya saja. Eksekusi jaminan dilakukan setelah adanya pemberitahuan pelaksanaan pasca pemegang hak cipta sebagai kreditur dinyatakan wanprestasi. Pada situasi ini, wewenang melakukan keseluruhan hak serta kepentingan debitur pada hak cipta beralih kepada bank sebagai kreditur dan bank dapat melakukan pencatatan hak cipta tersebut ke Dirjen HKI dengan nama pemegang Hak Cipta pengganti. Setelah pencatatan, maka bank dapat melakukan hak-haknya atas hak cipta tersebut.⁴⁷

Di samping adanya 2 (dua) perbedaan pendapat dalam pelaksanaan eksekusi jaminan fidusia atas, terdapat persoalan bahwa eksekusi jaminan berupa konten *YouTube* yang dilakukan dengan pengalihan kepemilikan hak cipta keseluruhan atas konten *YouTube* kepada bank memiliki dampak jangka panjang yang kurang menguntungkan karena mengingat konten *YouTube* merupakan jenis digital kreatif yang akan bertambah hak ekonominya apabila pemilik konten tersebut terus membuat karya dan memiliki jumlah penonton banyak dalam kontennya tersebut.⁴⁸ Hak ekonomi dalam bentuk royalti sebuah konten *YouTube* didapatkan dengan adanya iklan, jumlah

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 154.

⁴⁵ Djoko Hadi S., Agung Sujatmiko, "Royalti Hak Cipta Sebagai Obyek Jaminan Fidusia", *Masalah-Masalah Hukum*, Volume 46, Nomor 3, 2017, hlm. 203, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/14673>.

⁴⁶ Yetniwati, *Loc.Cit.*

⁴⁷ Luh Inggita Dharmapatni, "Hak Cipta Sebagai Suatu Objek Jaminan Fidusia", *Lex Journal: Kajian Hukum & Keadilan*, Volume 2, Nomor 2, 2018, hlm. 24-25, <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum/article/view/1412>.

⁴⁸ Andi Saputra, "Konten YouTube Saya Diberi Iklan, Bagaimana Cara Meminta Royaltinya?", <https://news.detik.com/berita/d-5784323/konten-youtube-saya-diberi-iklan-bagaimana-cara-meminta-royaltinya>, diakses pada 22 Agustus 2022.

penonton, dan jumlah *subscriber* konten tersebut. Dengan beralihnya hak cipta atas konten *YouTube* secara keseluruhan, maka pemilik konten tidak lagi berkarya di dalam konten tersebut yang akan berdampak pada berkurangnya penonton. Hal ini akan semakin menurunkan nilai ekonomi hak cipta tersebut.

Kendala-kendala yang dihadapi dalam penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan haruslah segera diatasi. Adapun, salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan diadakannya kerja sama. Dirjen HKI dapat turut serta dalam melakukan verifikasi sertifikat KI guna memudahkan tim penilai KI ketika menilai kekayaan intelektual yang hendak dijadikan agunan. Tim penilai KI ini sendiri adalah lembaga keuangan yang bersangkutan. Selain itu, pelatihan bagi tim penilai KI juga dapat dilakukan mengingat penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan adalah hal baru dan hingga saat ini belum terdapat lembaga yang secara khusus melakukan penilaian atas kekayaan intelektual tersebut.⁴⁹

Di sisi lain, pemerintah juga dapat melakukan kerja sama dengan PSTE dengan menetapkan strategi keamanan siber nasional serta standar keamanan informasi, melakukan pembinaan dan pengawasan manajemen risiko penyelenggaraan sistem elektronik, dan melakukan penanganan tanggap darurat. Adapun, hal ini ditujukan untuk mencegah pembajakan yang merupakan salah satu hambatan dalam penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan.

D. Penutup

Penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan adalah sebuah terobosan yang timbul dikarenakan perkembangan ilmu

pengetahuan dan teknologi, di mana hal ini tidak terlepas dari adanya hak moral dan hak ekonomi yang dimiliki oleh para *content creator* atas karya sinematografi yang mereka unggah melalui *YouTube* sekaligus sebagai bentuk digital kreatif. Adapun, hal tersebut dikukuhkan melalui UU Ekonomi Kreatif dan PP Ekonomi Kreatif. Namun, terobosan tersebut masih menghadapi banyak permasalahan, seperti, penentuan valuasi, objek yang rentan terhadap pembajakan, dan penentuan serta pelaksanaan eksekusi jaminan sehingga menimbulkan penolakan serta keraguan dari lembaga keuangan selaku kreditur. Oleh sebab itu, keberadaan regulasi yang mengatur secara rinci serta meliputi hal teknis mengenai penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan sangatlah diperlukan sebagai dasar hukum yang komprehensif guna melindungi dan memberikan kepastian terhadap para *content creator* maupun lembaga keuangan yang bersangkutan. Apabila pengaturan lebih lanjut mengenai hal teknis tersebut tidak segera diadakan maka upaya Pemerintah untuk mewujudkan penggunaan konten *YouTube* sebagai jaminan dapat menjadi sia-sia dikarenakan lembaga keuangan ragu dalam memberikan pinjaman dan hak ekonomi yang dimiliki oleh para *content creator* tidak dapat dikembangkan dan digunakan secara optimal.

Daftar Pustaka

Buku

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, Jakarta: Predamedia Group, 2014.

Sudjana, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Bandung: CV Keni Media, 2018.

Dokumen Lain

Ainuri, Makhmudun, "Nilai Ekonomi Modal Sosial sebagai Media Rekayasa Difusi Teknologi pada Sentra Industri Pangan Skala Kecil", *AgriTech: Fakultas*

⁴⁹ Ratih Waseso, "DJKI Kemungkinan Terlibat di Verifikasi Kekayaan Intelektual Sebagai Agunan Pinjaman", <https://nasional.kontan.co.id/news/djki-kemungkinan-terlibat-di-verifikasi-kekayaan-intelektual-sebagai-agunan-pinjaman>, diakses pada 25 November 2022.

- Teknologi Pertanian UGM* 29, Nomor 4, 2009.
- Andi Saputra, "Konten *YouTube* Saya Diberi Iklan, Bagaimana Cara Meminta Royaltinya?", <https://news.detik.com/berita/d-5784323/konten-YouTube-saya-diberi-iklan-bagaimana-cara-meminta-royaltinya>, diakses pada 22 Agustus 2022.
- Benuf, Kornelius, dan Muhamad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer", *Gema Keadilan*, Nomor 1, Volume 7, 2020.
- CNN Indonesia, "*YouTube* Jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga", <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/YouTube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga#:~:text=YouTube%20Jadi%20Raja%20Media%20Sosial%20di%20Indonesia%2C%20Diakses%2094%20Persen%20Warga,-CNN%20Indonesia&text=Bagikan%20%3A&text=YouTube%20masih%20menjadi%20raja%20media,jatuh%20setiap%20tanggal%2010%20Juni>, diakses pada 12 Agustus 2022.
- CNBC Indonesia, "Data Terbaru, Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?", <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022#:~:text=Sedangkan%20data%20terbaru%20APJII%2C%20tahun,juta%20pengguna%20internet%20di%20Indonesia>, diakses pada 12 Agustus 2022.
- Djoko Hadi S, Agung Sujatmiko, "Royalti Hak Cipta Sebagai Obyek Jaminan Fidusia", *Masalah-Masalah Hukum*, Volume 46, Nomor 3, 2017, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/14673>.
- Erika Natalina Br Ginting, Yetniwati, "Pengaturan Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia", *Zakeen: Journal of Civil and Bussiness Law*, Volume 1, Nomor 3, 2020, <https://online-journal.unja.ac.id/Zaaken/article/view/11070/6677>.
- Fitri Astari Asril, Rika Ratna P, Tasya Safiranita R, "Perlindungan Hak Cipta pada *Platform* Digital Kreatif *YouTube*", *Jurisprudence*, Volume 10, Nomor 2, 2020, <https://journals.ums.ac.id/index.php/jurisprudence/article/view/10368/6510>.
- GMI Blogger, "YouTube User Statistics 2022", <https://www.globalmediainsight.com/blog/YouTube-users-statistics/#:~:text=According%20to%20April%202022%20statistics,user%20base%20for%20the%20platform>, diakses pada 21 Agustus 2022.
- Heddy Kandou, Dhaniswara K Harjono, dan Aartje Tehupieory, "Jaminan Fidusia Sebagai Jaminan Kebendaan yang Memberi Hak Mendahului dalam Perolehan Pelunasan Hutang", *Hukum To-Ra*, Volume 7, 2021.
- Humas FH UI, "Hak Cipta Sebagai Jaminan Fidusia Terhambat Sistem Valuasi", <https://law.ui.ac.id/v3/hak-cipta-sebagai-jaminan-fidusia-terhambat-sistem-valuasi/>, diakses pada 14 Agustus 2022.
- I Made Adi Guntara dan Ni Made Ari Yuliantini Griadhi, "Penerapan Prinsip 5C Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Bank di Dalam Menyalurkan Kredit", *Kertha Semaya*, Volume 7, Nomor 8, 2019.
- Irene Maria A, Switcha D.A., "Problematik Pelaksanaan Hak Cipta Atas Permainan Video Sebagai Objek Jaminan Fidusia" *Padjadjaran Law Review*, Volume 9, Nomor 1, 2021,

- <http://fh.unpad.ac.id/index.php/plr/article/view/485/375>.
- Katadata.co.id, "Konten *YouTube* Jadi Jaminan Utang di Bank", <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/62e2163e3f82a/konten-YouTube-jadi-jaminan-utang-di-bank>, diakses 13 Agustus 2022.
- Linda Hasibuan, "Konten *YouTube* Jadi Jaminan Bank, Ini Penjelasan Kemenkum HAM", <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220726150429-33-358684/konten-YouTube-jadi-jaminan-bank-ini-penjelasan-kemenkum-ham>, diakses pada 10 Agustus 2022.
- Jimi N. Mahameruaji, dkk, *Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia*, *Ilmu Komunikasi*, Volume 15, Nomor 1, 2018.
- Luh Inggita Dharmapatni, "Hak Cipta Sebagai Suatu Objek Jaminan Fidusia", *Lex Journal: Kajian Hukum & Keadilan*, Volume 2, Nomor 2, 2018.
- Muhammad Taufiq Budiarto, "Penggalian Potensi Pajak Para *YouTuber* Menggunakan Metode *Web Scrapping*", *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2020.
- Newfriend N.Sambe, "Fungsi Jaminan Terhadap Pemberian Kredit Oleh Pihak Bank Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998", *Lex Crimen*, Vol V, No. 4, 2016.
- Ratih Waseso, "DJKI Kemungkinan Terlibat di Verifikasi Kekayaan Intelektual Sebagai Agunan Pinjaman", <https://nasional.kontan.co.id/news/djki-kemungkinan-terlibat-di-verifikasi-kekayaan-intelektual-sebagai-agunan-pinjaman>, diakses pada 25 November 2022.
- Rohaini, Eka Rusmawati Dianne, and Ahmad Faldy, "Perlindungan Hukum Penggunaan Musik Sebagai Latar dalam *YouTube* Menurut Undang-Undang Hak Cipta", *Pactum Law Journal*, Volume 1, Nomor 4, 2018.
- Sinurat Tedy Setiada, Abdul Atsar, dan Grasia Kurniati, "Perlindungan Hukum atas Pelanggaran Pembajakan Hak Cipta di Situs *YouTube*", *Ilmu Hukum*, Volume 9, Nomor 2, 2020.
- Widya Marthauli Handayani, "Keberlakuan Hukum Hak Cipta sebagai Objek Jaminan Fidusia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta", *Legislasi Indonesia*, Volume 16, Nomor 2, 2019, <https://e.peraturan.go.id/index.php/jli/article/view/466/pdf>.
- Yetniwati, "Pengaturan Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia dalam Perspektif Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia", *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, Volume 1, Nomor 3, 2020, <https://online-journal.unja.ac.id/Zaaken/article/view/11070>

Dokumen Hukum

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
- Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.