

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IDENTIFIKASI *CHANNEL* YOUTUBE  
SEBAGAI OBJEK JAMINAN FIDUSIA**

**Oleh:  
PRINCESS ANGELIANI**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA HUKUM**

**Pada  
Bagian Hukum Keperdataan  
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDARLAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IDENTIFIKASI *CHANNEL* YOUTUBE SEBAGAI OBJEK JAMINAN FIDUSIA

Oleh

PRINCESS ANGELIANI

Pemerintah mendukung pelaku usaha kreatif melalui fasilitas rancangan pembiayaan kekayaan intelektual, sehingga bagi pelaku usaha kreatif khususnya *youtuber* dapat menjaminkan hak cipta pada *channel* YouTube melalui lembaga keuangan. Permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu pengaturan hukum hak cipta terhadap *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia dan hambatan-hambatan dalam menjadikan *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia.

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yang dilengkapi dengan data empirik, dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan *Economic Analysis of Law*, dengan data sekunder dari perpustakaan dan didukung dengan wawancara yang dianalisis secara kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, hak cipta pada *channel* YouTube memiliki peluang untuk menjadi objek jaminan fidusia diatur dalam Pasal 16 Undang-Undang No. 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang No. 42 tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia, dan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Ekonomi Kreatif yaitu hak cipta konten YouTube telah tercatat dan terdaftar pada KemenkumHAM dan telah dilakukan pengelolaan terhadap hak cipta konten YouTube baik secara mandiri ataupun dialihkan haknya pada seseorang dan terdapat beberapa hambatan dalam menjadikan hak cipta YouTube sebagai objek jaminan fidusia, yakni: hambatan terkait sistem valuasi *channel* YouTube, hambatan terkait pasar sekunder hak kekayaan intelektual, hambatan terkait stabilisasi nilai ekonomi *channel* YouTube, hambatan terkait sistem pencatatan pendaftaran kekayaan intelektual sebagai jaminan fidusia, hambatan terkait tata cara eksekusi objek jaminan, dan hambatan terkait jenis lisensi YouTube

**Kata Kunci: Channel YouTube, Hak Cipta, Objek Jaminan Fidusia.**

**ABSTRACT****A JURIDICAL REVIEW IDENTIFIES YOUTUBE CHANNELS AS  
OBJECTS OF FIDUCIARY GUARANTEE****By****PRINCESS ANGELIANI**

Currently the government supports creative businesses through intellectual property financing design facilities, so that creative businesses, especially youtubers, can pledge copyright on YouTube channels through financial institutions. The problems that will be discussed in this study are the legal regulation of copyright against YouTube channels as objects of fiduciary guarantees and obstacles in making YouTube channels as objects of fiduciary guarantees.

This research is normative legal research complemented by empirical data, with a statutory approach, conceptual approach, and Economic Analysis of Law approach, with secondary data from the library and supported by interviews which are analyzed qualitatively.

Based on the results of research and discussion, copyright on YouTube channels has the opportunity to become the object of fiduciary guarantees stipulated in Article 16 of Law No. 28 of 2014 on Copyright, Law No. 42 of 1999 on Fiduciary Guarantees, and Government Regulation No. 24 of 2022 on the Implementation Regulations of the Creative Economy, namely YouTube content copyrights have been recorded and registered with the Ministry of Law and Human Rights and management has been carried out on YouTube content copyrights either independently or transferred rights to someone and there are several obstacles in making YouTube content copyrights as objects of fiduciary guarantees, namely: obstacles related to the YouTube channel valuation system, obstacles related to the secondary market of intellectual property rights, obstacles related to stabilizing the economic value of YouTube channels, obstacles related to the system of recording intellectual property registration as a fiduciary guarantee, and obstacles related to the procedures for executing the object of collateral.

**Key Words: YouTube Channel, Copyrights, The Object of a Fiduciary Guarantee**

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IDENTIFIKASI *CHANNEL* YOUTUBE  
SEBAGAI OBJEK JAMINAN FIDUSIA**

**Oleh:  
PRINCESS ANGELIANI**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA HUKUM**

**Pada  
Bagian Hukum Keperdataan  
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDARLAMPUNG  
2023**

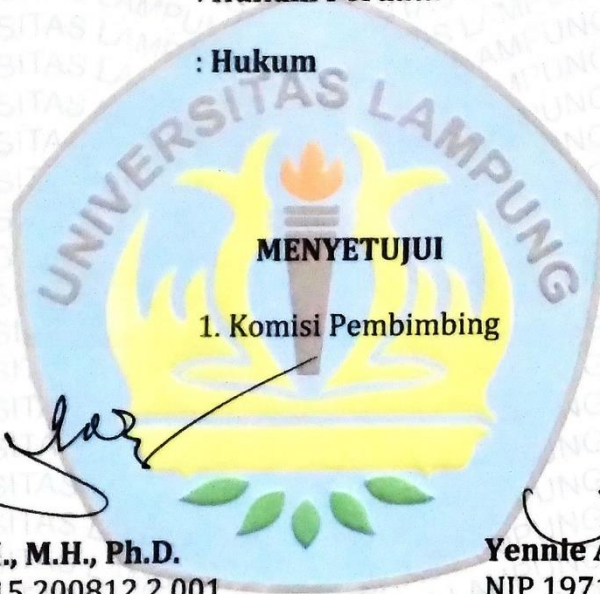
Judul Skripsi : **TINJAUAN YURIDIS TERHADAP IDENTIFIKASI CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI OBJEK JAMINAN FIDUSIA**

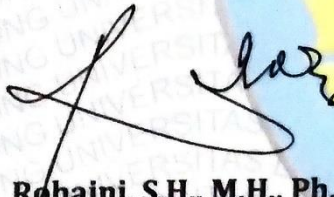
Nama Mahasiswa : **Princess Angeliani**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1912011286**

Bagian : **Hukum Perdata**


Fakultas : **Hukum**



  
**Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.**  
NIP 19810215 200812 2 001

  
**Yennie Agustin MR, S.H., M.H.**  
NIP 19710825 199702 2 001

2. Ketua Bagian Hukum Perdata

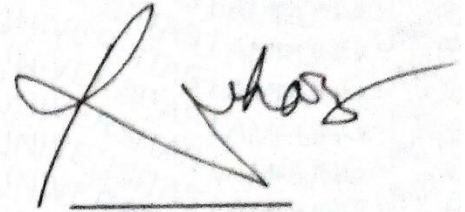
  
**Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**  
NIP 19601228 198903 1 001



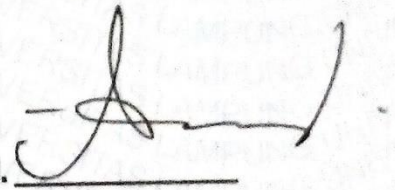
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

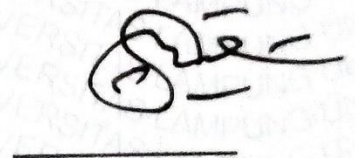
**Ketua : Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.**



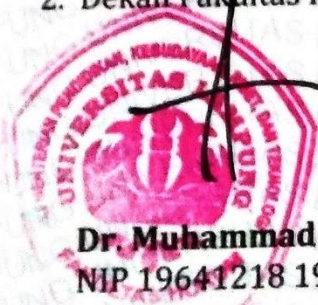
**Sekretaris/Anggota : Yennie Agustin M. Rasjid, S.H., M.H.**



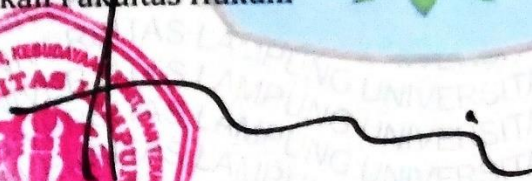
**Penguji  
Bukan Pembimbing : Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum**



**2. Dekan Fakultas Hukum**



**Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S.**  
NIP 19641218 198803 1 002



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Mei 2023**



## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Princess Angeliani  
NPM : 1912011286  
Bagian : Hukum Keperdataan  
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Terhadap Identifikasi *Channel* YouTube Sebagai Objek Jaminan Fidusia”** adalah benar hasil karya bukan plagiat sebagaimana diatur pada Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Keputusan Rektor Nomor 3187/H26/DT/2010.

Bandar Lampung, 16 Mei 2023  
Pembuat Pernyataan



Princess Angeliani  
NPM. 1912011286

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 09 Oktober 2001, yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Tjhin S. Soek dan Veronika.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Galatia II Jakarta pada tahun 2013, SMPN 82 Jakarta pada tahun 2016, dan SMAN 19 Jakarta pada tahun 2019. Penulis melanjutkan pendidikan tingkat strata satu di Fakultas Hukum Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri).

Dalam proses menjalankan masa studi strata satu di Fakultas Hukum Universitas Lampung, penulis aktif berorganisasi sebagai Anggota Muda dan Anggota Tetap UKM-F PSBH FH Unila pada tahun 2019-2022, Anggota Bidang Kominfo UKM-F PSBH FH Unila pada tahun 2021, Anggota UKM Katolik, Anggota UKM KOPMA Unila pada tahun 2021-2023, Sekretaris Bidang Kewirausahaan HIMA Perdata pada periode 2022-2023.

Penulis turut aktif menjadi panitia kegiatan yang diadakan oleh Fakultas Hukum seperti Panitia Seminar Diskusi Publik dengan KPPU dan KPK pada tahun 2020 dan Panitia dalam kegiatan *National Moot Court Competition-Anti Human Trafficking* Piala Prof. Hilman Hadikusuma yang diselenggarakan oleh UKM-F PSBH pada tahun 2021. Penulis turut serta mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode I selama 40 hari di Kelurahan Cengkareng Barat, Jakarta.



## **MOTO**

*“Lakukan sesuatu hari ini yang akan membuat dirimu di masa depan berterima kasih”*

**(Sean Patrick Flanery)**

## **PERSEMBAHAN**

“Kemuliaan bagi Tuhan Yesus Kristus, puji syukur bagi Mu atas karunia yang telah Engkau berikan dalam setiap perjalanan kehidupanku”

Kupersembahkan karya tulis sederhana ini kepada:

### **Mama dan Papa**

Terima kasih atas segala kasih sayang, perlindungan, dan kebahagiaan disetiap waktu kehidupanku yang tidak dapat diuraikan dalam rangkaian kata, yang telah mengantarkan aku sampai saat ini.

## SANWACANA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan pertolongan dan anugerah-Nya melalui orang-orang yang mendukung dan membimbing penulis dengan berbagai cara, sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan karya ilmiah tingkat strata satu yang berjudul “Tinjauan Yuridis Terhadap Identifikasi Channel YouTube Sebagai Objek Jaminan Fidusia” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum di Universitas Lampung.

Penulis telah mendapatkan berbagai bentuk bantuan, bimbingan, dan saran dari pihak-pihak yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Sekretaris Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Rohaini, S.H., M.H., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I untuk ketersediannya dalam meluangkan waktu, memberikan bimbingan, serta bantuan yang berarti sehingga proses penulisan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik;
5. Yennie Agustin Mahroennisa Rasjid, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II untuk ketersediannya dalam meluangkan waktu, memberikan bimbingan, serta bantuan yang sangat berarti sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;



6. Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembahas I yang telah meluangkan waktunya untuk menyampaikan kritik dan saran yang sangat membangun demi sempurnanya skripsi ini;
7. Siti Nurhasanah, S.H., M.H., selaku Dosen Pembahas II yang telah meluangkan waktunya untuk menyampaikan kritik dan saran yang sangat membangun demi sempurnanya skripsi ini;
8. Eko Raharjo, S.H., M.H., selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu dan membimbing penulis selama penulis menjalankan masa studi di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Hukum Universitas Lampung dengan segenap waktu ini telah memberikan ilmu dan pengalaman;
10. Adil Jaya Negara, S.H., M.H. selaku Kepala Sub Bidang Pelayanan KI Kemenkumham Bandarlampung, Cucuk Wasisatuhu, S.H., M.H selaku PPNS KI Kemenkumham Bandarlampung, Bapak Ahmad Jahri selaku Direktur Bisnis PT Bank Lampung dan Ibu Septi Murtasia selaku Kepala Bagian Desk Mikro Program PT Bank Lampung yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ilmu dan pengalaman sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;
11. Adik tersayang, Virginia L. selaku saudara kandung yang selalu menemani penulis dalam berbagai hal dan Saudara sepupu terkasih, yakni David Immanuel, Aaron Immanuel, Vincent, dan Yuvika untuk inspirasi dan semangat selama ini. Semoga kita dapat terus saling mendukung di masa yang akan datang;
12. Teman seperjuangan dimasa penulisan skripsi, yakni Adilla Putri R. untuk keterlibatan dan waktunya, semoga kita akan terus mendukung di masa yang akan datang;
13. Teman-teman dimasa perkuliahan, yakni Ahmad Raka, Gita Octavia, Destri, Sharfina, Raineven, Dionisius, Arif, Dona, Dewi, Irene, Dea, Pran untuk segala percakapan dan pengalaman selama empat tahun ini, teman-teman penulis yakni Valen, Calvin, Herjuna Andronikus, Vanya, Hadinata, Phung, Nicholas, James, Hengky, Yovita untuk segala dukungan dan inspirasi selama ini, semoga kita akan terus mendukung di masa yang akan datang, teman-

teman Novelles, yakni Kak Hafid Adzam, Kak Dewi, Luzman Qashmal, Melania Sri Rezeki, Riani, Tarin, Dimas Didi, Adiansyah, Dharma Adi, Kak Adib, Kak Tasya, Kak Roulina, Kak Zazili, dan Kak Tedi untuk segala percakapan dan ilmu saat penulis membuat berkas persidangan dan melaksanakan IMCC UKM-F PSBH pada tahun 2019, serta kepada Kak Gita Novianty, Kak Riski Maulana, Kak Algiza Rasya, dan Kak Padillah Akbar sebagai kabim dan tutor untuk ketersediaannya meluangkan waktu, memberikan tenaga, dan ilmu mengenai berkas persidangan dan peradilan semu yang baik, serta rekan-rekan KKN Kelurahan Cengkareng Barat, yakni Putri Grace, Ariessa, Rohana, Airlangga, Reza, Dimaz, Erza, Adam Aurelio, dan seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan KKN, terima kasih atas kebersamaan dalam menyelesaikan program KKN;

14. Semua pihak yang telah memberi bantuan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu demi satu namanya, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa kesempurnaan hanya milik Yang Maha Esa, sehingga para pembaca dalam lembaran-lembaran selanjutnya akan menjumpai kekurangan ataupun kekeliruan. Akhir kata, semoga karya tulis ilmiah ini memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu hukum.

Bandar Lampung, 16 Mei 2023  
Penulis,

Princess Angeliani

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>SANWACANA .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Manfaat Penelitian .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Tinjauan Umum tentang Hak Cipta .....	7
1. Pengertian Hak Cipta .....	7
2. Subjek dan Objek Hak Cipta .....	8
3. Prinsip Dasar Hak Cipta .....	9
4. Hak Eksklusif dalam Hak Cipta .....	9
5. Konsep Penilaian Hak Cipta sebagai Jaminan .....	11
B. Tinjauan Umum tentang Jaminan Fidusia .....	12
1. Pengertian Jaminan Fidusia .....	12
2. Ruang Lingkup Jaminan Fidusia .....	13
3. Subjek dan Objek Jaminan Fidusia .....	14
4. Sifat Jaminan Fidusia .....	15
5. Proses Pengikatan dalam Jaminan Fidusia .....	16
6. Eksekusi Objek Jaminan Fidusia .....	17
C. Tinjauan Umum tentang YouTube .....	17
1. Sejarah Singkat YouTube .....	17



2. Pengertian Singkat YouTube, Akun, <i>Channel</i> , dan <i>Youtuber</i> .....	18
3. Perlindungan Hak Cipta oleh Platform YouTube .....	19
4. Lisensi YouTube .....	20
5. Sumber Keuntungan Ekonomi YouTube .....	22
6. YouTube bagian dari Sektor Ekonomi Kreatif .....	27
E. Kerangka Pikir .....	31
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Tipe Penelitian.....	34
C. Pendekatan Penelitian .....	34
D. Jenis dan Sumber Data .....	35
E. Metode Pengumpulan Data .....	36
F. Metode Pengolahan Data .....	37
G. Analisis Data .....	37
<b>V. PENUTUP .....</b>	<b>38</b>
A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Contoh membership dalam <i>channel</i> YouTube.....	24
2. Contoh sebuah konten video yang berisi konten <i>endorsement</i> suatu produk.....	25
3. Perkiraan nilai pendapatan dari sebuah <i>channel</i> YouTube di kategori pendidikan .....	26
4. Perkiraan nilai pendapatan dari sebuah <i>channel</i> YouTube di kategori hiburan.....	26
5. Perkiraan nilai pendapatan dari sebuah <i>channel</i> YouTube di kategori hiburan.....	27
6. Kerangka Pikir.....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I - Pedoman Pertanyaan Wawancara Dengan  
Kemenkumham Bandar Lampung Sub Bidang  
Kekayaan Intelektual
- LAMPIRAN II - Pedoman Wawancara Pertanyaan Dengan Bank  
Lampung
- LAMPIRAN III - Dokumentasi Wawancara
- LAMPIRAN IV - Surat Keterangan Penelitian



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam perkembangan terkini telah menjadi komponen esensial yang memiliki tempat istimewa dalam perekonomian nasional ataupun internasional yang selalu tumbuh dan berkembang seiring komersialisasi HKI tersebut. Hak kekayaan intelektual dalam masa kini dan masa depan adalah suatu fenomena menarik untuk dikaji, karena perannya sangat menentukan laju pertumbuhan pembangunan nasional, terutama pada era globalisasi.<sup>1</sup>

HKI merupakan hak dari hasil proses kemahiran berpikir manusia yang dituangkan ke dalam sebuah wujud karya cipta atau invensi. Ciptaan atau invensi tersebut ialah kepunyaan yang padanya tertaut sebuah hak yang berasal dari budi (daya pikir) manusia, hak tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dalam beraneka ragam aspek kehidupan baik sosial ataupun ekonomi.<sup>2</sup>

Hak cipta sebagai salah satu bagian dari cabang HKI sangat penting bagi pelaku usaha ekonomi kreatif. Berdasarkan Pasal 40 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut UU Hak Cipta) ada 19 hasil karya cipta yang dilindungi oleh hukum yang secara garis besar terbagi dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.

---

<sup>1</sup> Abd Thalib and Mukhlisin, *Aneka Hukum Bisnis Modern* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 1.

<sup>2</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017), hlm. 11.

Hak cipta adalah hak eksklusif yang terwujud dari hak moral (*moral rights*) dan hak ekonomi (*economic rights*). Hak cipta selaku harta kekayaan bagi pemiliknya dapat diperlakukan secara leluasa salah satunya dapat menjadi objek jaminan pada perjanjian utang-piutang. Sebagaimana syarat benda sebagai objek jaminan kredit, yakni benda itu harus bernilai ekonomi dan dapat dialihkan<sup>3</sup>, sementara pada hak yang terikat dalam hak cipta terdapat sifat kebendaan yaitu benda bergerak tidak berwujud (berupa sebuah hak) dan memiliki nilai (*value*) yang layak dipertimbangkan dalam lalu lintas perniagaan global sehingga memungkinkan menjadi objek jaminan.<sup>4</sup>

Bentuk penjaminan pada hak cipta yang tepat digunakan dapat melalui jaminan fidusia. Fidusia memiliki arti pengalihan hak milik berdasarkan prinsip kepercayaan, dimana kreditur memberikan kepercayaan kepada debitur untuk tetap menguasai atau menggunakan benda jaminan, walaupun hanya sebagai peminjam-pakai atau tidak lagi sebagai pemilik benda untuk sementara waktu.<sup>5</sup> Jaminan fidusia di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia (selanjutnya disebut UU Jaminan Fidusia).

Hak cipta dapat dijadikan sebagai objek jaminan fidusia berdasarkan peraturan yang terdapat dalam Pasal 16 ayat (3) UU Hak Cipta, selain sebagai bentuk penghargaan dan penghormatan bagi pencipta, yaitu untuk menyetarakan surat pencatatan ciptaan dengan sertifikat benda tetap layaknya surat berharga (*comercial papers*) yang dapat dijamin ke lembaga perbankan. Sehingga produk hak cipta selain dapat dinikmati secara ekonomi,

---

<sup>3</sup> Luh Inggita Dharmapatni, "Hak Cipta Sebagai Suatu Objek Jaminan Fidusia," *Lex Journal: Kajian Hukum & Keadilan*, no. 2 (2018): hlm. 7., <https://doi.org/10.25139/lex.v2i2.1412>.

<sup>4</sup> Ida Kurniasih and Anjar Permana, "Pembebanan Hak Pada Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia Dalam Perjanjian Kredit Perbankan," *Jurnal Pemuliaan Hukum* 3, no. 1 (2020): hlm. 4.

<sup>5</sup> Dwi Tatak Subagiyo, *Hukum Jaminan Dalam Perspektif Undang-Undang Jaminan Fidusia (Suatu Pengantar)* (Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2018), hlm. 242.

sertifikat pendaftarannya juga dapat dijadikan jaminan dari perjanjian pokok pengajuan kredit.<sup>6</sup>

Selanjutnya dalam rangka meningkatkan nilai tambah kekayaan intelektual yang merupakan tumpuan pertumbuhan ekonomi nasional, pemerintah mengesahkan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU Ekonomi Kreatif (selanjutnya disebut PP Ekonomi Kreatif) yang mengatur tentang skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual, yang akan berlaku 1 tahun sejak tanggal diundangkan. Peraturan ini memiliki tujuan untuk memberi kemudahan kepada pelaku usaha ekonomi kreatif yang memiliki kekayaan intelektual dalam mendapatkan pembiayaan atau kredit dari lembaga keuangan untuk perkembangan kegiatan usaha ekrafnya.<sup>7</sup>

PP Ekonomi Kreatif tentang skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual adalah sebuah kerangka pembiayaan untuk pelaku ekonomi kreatif dari lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan non bank yang menjadikan objek jaminan utang berupa kekayaan intelektual (Pasal 1 angka 4 PP Ekonomi Kreatif). Berdasarkan Pasal 7 PP Ekonomi Kreatif terdapat sejumlah persyaratan untuk mengajukan pembiayaan berbasis KI, yakni sebuah proposal pembiayaan, memiliki usaha ekonomi kreatif, memiliki perikatan terkait kekayaan intelektual produk ekonomi kreatif, dan memiliki surat pencatatan atau sertifikat kekayaan intelektual. Dengan adanya PP Ekonomi Kreatif ini para pemegang hak kekayaan intelektual dapat menjaminkan karyanya melalui jaminan fidusia.

Sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi aktivitas manusia, salah satu perkembangan teknologi yang memberi pengaruh luar biasa adalah jaringan internet, dengan adanya

---

<sup>6</sup> Taufik H. Simatupang, *Penilaian Surat Pencatatan Ciptaan sebagai Objek Jaminan Fidusia dalam Rangka Pengajuan Kredit Perbankan (Pendekatan Teori Negara Kesejahteraan)* (Jakarta: Balitbangkumham Press (Anggota IKAPI), 2020), hlm. 16-17.

<sup>7</sup> Kanwil Jogja Kemenkumham, "Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Beri Harapan Kepada Pelaku Ekonomi Kreatif," diakses tanggal 8 Agustus 2022, <https://jogja.kemenkumham.go.id/berita-kanwil/berita-utama/peraturan-pemerintah-nomor-24-tahun-2022-beri-harapan-kepada-pelaku-ekonomi-kreatif>.

jaringan internet inilah awal mula dikenal dunia digital.<sup>8</sup> Dunia *digital platform*<sup>9</sup> saat ini berkembang pesat, sebagaimana diketahui bahwa YouTube adalah salah satu *digital platform* yang dapat diakses oleh setiap pengguna secara bebas yang telah terhubung dengan jaringan internet.

Platform YouTube hadir sebagai tempat untuk menciptakan sebuah karya, membuka peluang besar bagi setiap pengguna untuk menciptakan berbagai macam jenis video (*sharing video*), misalnya musik, film, *tutorial*, vlog atau apapun yang berbentuk audio dan video. Adapun yang dapat dimanfaatkan dari YouTube selain sebagai hiburan dan pengetahuan, YouTube dapat dijadikan sebagai media bisnis yang memberikan peluang bagi masyarakat generasi milenial untuk mengembangkan ekonomi kreatif, yaitu dalam sektor film, animasi, dan video. Pencipta yang mengunggah karya ke dalam platform YouTube bisa mendapatkan keuntungan ekonomi salah satunya melalui *Google Adsense*<sup>10</sup> apabila memenuhi syarat dan ketentuan YouTube, ataupun melalui *endorsement*<sup>11</sup> dari pihak lain.

Berdasarkan PP Ekonomi Kreatif disebutkan bahwa yang dapat menjadi jaminan utang di bank adalah kekayaan intelektual yang sudah memiliki sertifikat kekayaan intelektual. Sebagaimana diketahui bahwa konten dalam platform YouTube ialah wujud karya cipta yang diciptakan ke dalam wujud sinematografi<sup>12</sup>, yaitu paduan antara audio dan visual yang dituangkan dalam media elektronik.

---

<sup>8</sup> Khwarizmi Maulana Simatupang, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta Dalam Ranah Digital," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, no. 1 (2021): hlm. 68.

<sup>9</sup> *Digital platform* dapat diartikan sebagai sebuah tempat, wadah, atau sarana yang memfasilitasi bertemunya para pihak untuk saling bertukar informasi, berdagang, atau menawarkan jasa dan layanan. Digitalbisa.id, "Apa Itu Digital Platform?," accessed August 28, 2022, <https://digitalbisa.id/artikel/apa-itu-digital-platform-LL6CQ>.

<sup>10</sup> *Google Adsense* adalah program periklanan dari Google, dimana pemilik konten dapat mendapatkan penghasilan dari iklan yang ditayangkan.

<sup>11</sup> *Endorsement* adalah bentuk promosi sebuah barang atau jasa di media sosial melalui tokoh yang dikenal oleh masyarakat.

<sup>12</sup> "Karya sinematografi" yaitu ciptaan berupa gambar bergerak (*moving images*) misalnya, 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 optik dan/atau media lain yang memungkinkan untuk dipertunjukkan di bioskop, layar lebar, televisi, atau media lainnya. Sinematografi merupakan salah satu contoh bentuk audiovisual.

Konteks karya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konten YouTube yang berada dalam sebuah *channel* YouTube. Konten video dalam YouTube memiliki nilai ekonomis dan dilindungi dalam hukum hak cipta sehingga memiliki kesempatan untuk menjadi objek jaminan fidusia, untuk menjadikan konten YouTube sebagai objek jaminan fidusia, seorang *youtuber* harus terlebih dahulu mendaftarkan hak cipta video YouTube ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Berdasarkan uraian diatas, untuk memperoleh gambaran dan pemahaman tentang *channel* YouTube dapat dijadikan objek jaminan fidusia, maka penulis tertarik meneliti lebih lanjut, yang dituangkan ke dalam bentuk skripsi berjudul “**Tinjauan Yuridis Terhadap Identifikasi Channel YouTube sebagai Objek Jaminan Fidusia**”

## **B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan untuk membatasi pembahasan supaya tidak meluas, maka pokok pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi, yaitu:

1. Bagaimana pengaturan hukum hak cipta terhadap *channel* YouTube yang dapat dijadikan objek jaminan fidusia?
2. Bagaimana hambatan dalam menjadikan *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia?

## **C. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian ini mencakup lingkup pembahasan dan lingkup bidang ilmu. Lingkup pembahasan penelitian ini adalah analisis *channel* YouTube sebagai jaminan fidusia berdasarkan ketentuan-ketentuan yang ada dalam Undang-Undang nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang nomor 42 tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia dan Peraturan Pemerintah nomor 24 tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-

---

Dalam penjelasan Pasal 40 Ayat (1) huruf m Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang Ekonomi Kreatif, maupun peraturan hukum lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan lingkup bidang ilmu dari penelitian ini adalah Hukum Kekayaan Intelektual khususnya Hukum Hak Cipta dan Hukum Jaminan Fidusia yang mengkaji *channel* YouTube sebagai jaminan fidusia.

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penulisan skripsi ini, yaitu:

- a. Menguraikan pengaturan hukum hak cipta terkait *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia;
- b. Menguraikan hambatan-hambatan dalam menjadikan *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia.

#### 2. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini mencakup manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu:

##### a. Manfaat Teoritis:

Hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya berkesinambungan dengan hak cipta dan jaminan fidusia di Indonesia dan memberikan pemahaman baru terkait *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia.

##### b. Manfaat Praktis:

- 1) Bagi masyarakat, khususnya pelaku usaha ekonomi kreatif (*Youtuber*) dan instansi pemerintah, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan terkait dengan *channel* YouTube sebagai jaminan fidusia;
- 2) Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Umum tentang Hak Cipta

#### 1. Pengertian Hak Cipta

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut UU 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”.

Menurut OK Saidin, eksklusif berarti khusus, spesifikasi, unik. Keunikannya itu, berdasarkan sifat dan cara memanifestasikan hak tersebut. Karena hanya manusia yang memiliki kecerdasan intelektual tinggi yang dapat berkreasi untuk menghasilkan karya cipta.<sup>13</sup> Kreatifitas dan kegiatan dari manusia merupakan kunci pada kehadiran atau kemunculan hak cipta, oleh karena itu hak cipta dikatakan sebagai hak eksklusif (*exclusive rights*).<sup>14</sup>

Hak cipta hanya diberikan terhadap ciptaan yang berupa nyata atau berwujud yang dapat dilihat, dibaca, ataupun didengar sehingga dalam hukum hak cipta, suatu ide saja masih belum memperoleh perlindungan hukum.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015), hal. 218.

<sup>14</sup> *Ibid.*, hlm. 208.

<sup>15</sup> Djulaeka, *Hak Kekayaan Intelektual Teori Dan Prinsip-Prinsip Umum* (Malang: Setara Press, 2021), hlm. 25.



## 2. Subjek dan Objek Hak Cipta

UU Hak cipta telah mengatur terkait subjek hak cipta yang diatur dalam Pasal 31 sampai dengan Pasal 37 UU Hak Cipta. Berdasarkan Pasal 31 UU Hak Cipta, dinyatakan bahwa subjek hak cipta adalah pencipta yaitu orang yang namanya:

- a. disebut dalam Ciptaan;
- b. dinyatakan sebagai Pencipta pada suatu Ciptaan;
- c. disebutkan dalam surat pencatatan Ciptaan; dan/atau
- d. tercantum dalam daftar umum Ciptaan sebagai Pencipta

Pasal 32 UU Hak Cipta, menyatakan bahwa kecuali terbukti sebaliknya, orang yang melakukan ceramah tidak dengan bahan tertulis dan tidak ada pemberitahuan siapa pencipta ceramah, penceramah tersebut dianggap selaku pencipta. Pasal 34 UU Hak Cipta, bahwa ciptaan yang diwujudkan dan dikerjakan oleh orang lain di bawah pimpinan dan pengawasan orang yang merancang, maka orang yang merancang ciptaan dinyatakan sebagai pencipta.

Selain dalam wujud pencipta perorangan, subjek dari sebuah karya cipta dapat berwujud badan usaha, baik dalam bentuk badan hukum privat dan badan hukum publik. Pasal 37 UU Hak Cipta mengatur tentang kepemilikan hak cipta oleh badan hukum privat dan Pasal 35 ayat (1) UU Hak Cipta, mengatur tentang kepemilikan hak cipta oleh badan hukum publik.

Objek hak cipta adalah benda yang dalam hal ini adalah hak cipta, sebagai benda immateril yang dituangkan dalam bentuk nyata dapat berupa karya yaitu di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra (Pasal 40 ayat (1) UU Hak Cipta). Bentuk abstrak (imajiner) berupa ide-ide atau informasi yang belum diwujudkan dalam bentuk nyata yang dapat dihitung dalam bentuk materi, maupun yang dapat diproduksi ulang bukan merupakan objek hak cipta.

### 3. Prinsip Dasar Hak Cipta

Ada beberapa prinsip dasar yang berkaitan dengan hak cipta:<sup>16</sup>

- a. Perlindungan hukum terhadap hak cipta hanya diberikan pada suatu ide yang telah diekspresikan dalam suatu bentuk yang dapat dilihat, didengar, atau dibaca, dan karya ciptaan tersebut harus orisinal (asli) atau murni, bukan merupakan tiruan;
- b. Hak cipta timbul secara langsung semenjak karya tersebut diciptakan, meskipun secara otomatis hak cipta lahir pada saat ide terwujud dalam suatu bentuk (*form*), seyogyanya karya cipta tersebut didaftarkan untuk memperoleh bukti otentik apabila terjadi sengketa berkaitan dengan kepemilikan hak cipta;
- c. Suatu ciptaan tidak perlu diumumkan untuk mendapatkan hak cipta;
- d. Hak yang dimiliki pencipta, atau hak cipta yang tidak diumumkan apabila si pencipta meninggal dunia, maka hak cipta akan menjadi milik ahli warisnya, dan tidak dapat disita;
- e. Hak cipta melekat adanya hak ekonomi (*economic rights*) dan hak moral (*moral rights*).

### 4. Hak Eksklusif dalam Hak Cipta

Hak cipta ialah hak eksklusif yang memiliki 2 unsur, yaitu hak moral dan hak ekonomi. Dimaksudkan dari “hak eksklusif” ialah hak yang khusus diberikan kepada pencipta untuk digunakan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan hidup pencipta, sehingga orang lain tidak berhak menggunakan manfaat karya tersebut tanpa izin dari pencipta. Pemegang hak cipta yang bukan pencipta hanya memiliki sebagian dari hak eksklusif yaitu berupa hak ekonomi sebagaimana yang telah diperjanjikan antara pencipta dan pemegang hak cipta.

Berikut ini akan dijelaskan hak-hak yang dimiliki pencipta, menurut Undang-Undang Hak Cipta:

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 26.

a. Hak Moral

Hak Moral, yaitu hak yang terikat dalam diri pencipta, hak untuk senantiasa disebutkan/ dituliskan nama pencipta terhadap setiap karya cipta-nya dan hak atas keutuhan karya cipta-nya, hak moral tidak dapat dihilangkan ataupun dihapuskan dengan alasan apapun, meskipun hak cipta maupun hak terkait sudah dialihkan oleh pencipta.<sup>17</sup>

Ada dua macam hak moral, yaitu:<sup>18</sup>

- 1) Hak untuk diakui sebagai pencipta (*authorsip right atau paternity right*), yakni nama pencipta harus selalu tertera dalam karya cipta seorang pencipta yang dilipatgandakan, diumumkan atau dipamerkan kepada publik.
- 2) Hak keutuhan karya (*the right to protect the integrity of the work*), yaitu hak pencipta untuk menolak tindakan perubahan pada karya cipta-nya yang dianggap akan merusak nama baik pencipta.<sup>19</sup>

b. Hak Ekonomi (*Economic Rights*)

Hak ekonomi, yaitu hak yang dimiliki oleh pencipta atau pemegang hak cipta untuk memperoleh keuntungan ekonomi karya cipta-nya, atau hak memperbolehkan ataupun mencegah orang lain untuk mengumumkan dan/atau melipatgandakan karya cipta-nya. Diketahui secara umum hak ekonomi, yakni Hak penggandaan (*reproduction right*), Hak adaptasi (*adaptation right*), Hak penyebarluasan (*distribution right*), Hak pertunjukan (*public performance right*), Hak atas program siaran (*broadcasting right*).<sup>20</sup>

Hak dalam sebuah hak cipta dapat berpindah ataupun dialihkan, secara sebagian ataupun dengan seluruhnya yang dapat dilakukan melalui cara transfer dan *assignment*, dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Pasal 5 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

<sup>18</sup> Hidayah, *op.cit*, hlm. 40.

<sup>19</sup> Pencipta dapat mempertahankan haknya jika terjadi distorsi ciptaan, mutilasi ciptaan dan modifikasi ciptaan, atau yang dapat merugikan kehormatan atau reputasinya. Pasal 5 Ayat (1) huruf e Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

<sup>20</sup> Djulaeka, *op.cit*, hlm. 36.

- a. Transfer, yaitu pemindahan hak cipta dengan melepaskan dan memberikan hak kepada pihak lain, melalui pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, dan lainnya yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.
- b. *Assignment*, yaitu pemindahan hak cipta dari satu pihak kepada pihak lain dengan memberikan izin atau memberikan kesepakatan kepada orang lain, dimana penerima hak dapat menggunakan manfaat dari hak cipta dengan jangka waktu tertentu seperti yang telah diperjanjikan, misalnya perjanjian lisensi.

## 5. Konsep Penilaian Hak Cipta sebagai Jaminan

Hak cipta dapat menjadi objek jaminan utang, namun sebelumnya hak cipta tersebut dikualifikasikan dengan menggunakan disiplin ilmu lain yaitu dengan mengkaji beberapa Teori Ekonomi yang berkaitan. Menurut pendapat Shannon P. Pratt, Alina V. Naculit terdapat 3 (tiga) ukuran dalam menentukan nilai ekonomi dalam kekayaan intelektual, dijelaskan sebagai berikut:<sup>21</sup>

- a. Pendekatan pasar (*market approach*), pendekatan pasar ialah mempersiapkan kerangka kerja sistematis dalam rangka memproyeksikan nilai aset tidak berwujud (kekayaan intelektual) berlandaskan analisis penjualan nyata atau transaksi lisensi berwujud yang sepadan dengan objek;
- b. Pendekatan pendapatan (*income approach*), yang dimaksud dengan pendekatan pendapatan yaitu mempersiapkan kerangka kerja sistematis untuk memproyeksikan nilai aset tidak berwujud berdasarkan kapitalisasi pendapatan ekonomi atau nilai sekarang dan nilai di masa depan. Nilai “pendapatan ekonomi” akan berasal dari penggunaan, lisensi, atau penyewaan kekayaan intelektual tersebut;

---

<sup>21</sup> Sri Mulyani, “Pengembangan Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Collateral (Agunan) Untuk Mendapatkan Kredit Perbankan Di Indonesia,” *Jurnal Dinamikia Hukum* 12, no. 3 (2012): hlm. 573.

- c. Pendekatan biaya (*cost approach*), yang dimaksud dengan pendekatan biaya yaitu mempersiapkan kerangka kerja sistematis dengan tujuan untuk memproyeksikan nilai aset tidak berwujud berdasarkan prinsip ekonomi substitusi yang sebanding dengan biaya yang akan dikeluarkan sebagai pengganti yang sepadan sebagaimana fungsi utilitas.

Menurut pendapat Sri Mulyani, dari konsep penilaian di atas terhadap penilaian HKI sebagai objek jaminan dapat menggunakan pendekatan pendapatan, dengan alasan bahwa perkiraan nilai aset tidak berwujud (HKI) berdasarkan kapitalisasi pendapatan ekonomi atau nilai sekarang dan nilai masa depan dapat dilakukan dengan memperhatikan laporan keuangan sebuah perusahaan yang memasukan HKI ke dalam aktiva tidak berwujud.<sup>22</sup>

Perusahaan yang memiliki HKI, jika ingin menjadikan HKI sebagai *collateral*, sebelumnya wajib dibudayakan ke dalam laporan keuangan perusahaan yang tergolong dalam aktiva tidak berwujud, sebagai sarana untuk mengetahui nilai aset perusahaan khususnya nilai HKI. Peran perusahaan dalam penggunaan dan pengelolaan HKI yang baik dan tepat dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan (*marketable*), hal ini akan menarik perbankan untuk memberikan akses kredit kepada perusahaan.<sup>23</sup>

## **B. Tinjauan Umum tentang Jaminan Fidusia**

### **1. Pengertian Jaminan Fidusia**

Fidusia yang diketahui juga dengan sebutan FEO (*Fiduciare Eigendoms Overdracht*) pada pokoknya adalah sebuah perjanjian *accessoir* antara penerima fidusia dengan pemberi fidusia yang berisi penyerahan hak milik berdasarkan kepercayaan. Fidusia ialah suatu prosedur pemindahan hak

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 574.

kepemilikan, sedangkan jaminan fidusia adalah jaminan yang diberikan dalam bentuk fidusia.<sup>24</sup>

Pengertian jaminan fidusia menurut Pasal 1 angka 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia (selanjutnya disebut UU Jaminan Fidusia), yaitu:

- a. Fidusia adalah pemindahan hak kepemilikan suatu benda (hanya hak kepemilikan-nya saja) berdasarkan prinsip kepercayaan dengan perjanjian bahwa benda yang hak kepemilikannya dipindahkan tersebut tetap dalam penguasaan pemilik benda.
- b. Jaminan Fidusia adalah hak jaminan atas benda bergerak baik berwujud maupun yang tidak berwujud dan benda tidak bergerak khususnya bangunan yang tidak dapat dibebani hak tanggungan, menjadi jaminan untuk pembayaran utang tertentu yang memberikan kedudukan kreditur selaku penerima fidusia yang didahulukan dari kreditor lainnya.

## 2. Ruang Lingkup Jaminan Fidusia

Batas ruang lingkup berlakunya jaminan fidusia diatur dalam Pasal 2 UU Jaminan Fidusia, yaitu berlaku pada setiap perjanjian yang ditujukan untuk membebani benda dengan jaminan fidusia. Kemudian dipertegas dalam Pasal 3 dengan ketidakberlakuan UU Jaminan Fidusia terhadap:

- a. Hak tanggungan yang berkaitan dengan tanah dan bangunan, sepanjang peraturan perundang-undangan yang berlaku menentukan jaminan atas benda-benda tersebut wajib didaftar;
- b. Hipotek atas kapal yang terdaftar dengan isi kotor berukuran 20 (dua puluh) m<sup>3</sup> atau lebih;
- c. Hipotek atas pesawat terbang; dan
- d. Gadai.

---

<sup>24</sup> Penyerahan secara *constitutum possessorium* artinya hak milik dari barang di mana barang tersebut tetap pada orang yang mengalihkan. Dharmapatni, *op.cit* hlm. 19.

### 3. Subjek dan Objek Jaminan Fidusia

Subjek dalam perjanjian fidusia ialah orang atau perusahaan pemilik benda yang akan dijadikan sebagai objek Jaminan Fidusia biasanya dikenal dengan sebutan pemberi fidusia, sementara penerima fidusia adalah pihak yang memiliki piutang dengan Jaminan Fidusia.

Objek jaminan adalah benda-benda yang sudah diatur secara tegas pada ketentuan perundang-undangan. Berdasarkan KUHPerdara terdapat benda-benda yang diatur sebagai objek jaminan yang dikategorikan, sebagai berikut:

a. Menurut Pasal 503 KUHPerdara benda dibagi dalam:

- 1) Benda berwujud, yaitu segala sesuatu yang dapat diraba oleh panca indera, seperti: bidang tanah, rumah, kendaraan, emas.
- 2) Benda tak berwujud, yaitu segala macam hak, seperti: hak cipta, paten, hak atas varietas tanaman.

b. Menurut Pasal 504 KUHPerdara benda itu dapat juga dibagi dalam:

1) Benda bergerak (*Roerende Goederen*)

Benda bergerak yaitu benda berdasarkan sifat, tujuan, atau ketentuan perundang-undangan ditetapkan sebagai benda bergerak, dapat ditemukan dalam Pasal 509, 510, dan 511 KUHPerdara.

Benda bergerak terdiri atas 2 (dua) kategori, yaitu;

- a) Benda bergerak yang berwujud (materiil), yakni benda yang dapat berpindah/ dapat dipindahkan ke tempat lain, misalnya kendaraan bermotor, peralatan olahraga, inventaris kantor, dan lain-lain;
- b) Benda bergerak tak berwujud (immateriil), yakni semua jenis/macam hak atas benda-benda bergerak, misalnya seperti hak cipta pada konten YouTube.

2) Benda tidak bergerak (*Onroerende Goederen*)

Benda tidak bergerak yaitu benda berdasarkan sifat, tujuan, atau ketentuan perundang-undangan ditetapkan sebagai benda tidak



bergerak, dapat ditemukan dalam Pasal 506, 507, dan 508 KUHPerdara.

Berdasarkan UU Jaminan Fidusia, benda-benda yang dapat menjadi objek jaminan fidusia, diuraikan sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Pasal 1 Ayat (4), yaitu benda yang dapat dimiliki dan dialihkan secara hukum, benda berwujud atau tidak berwujud, terdaftar atau tidak terdaftar, bergerak atau tak bergerak yang tidak dapat dibebani hak tanggungan atau hipotik.
- b. Pasal 9 Ayat (1), yaitu satu atau lebih satuan atau jenis benda, termasuk piutang, baik yang telah ada pada saat jaminan diberikan maupun yang diperoleh kemudian.
- c. Pasal 10, yaitu kecuali diperjanjikan lain dapat melingkupi hasil dari objek benda jaminan dan melingkupi klaim asuransi, jika objek benda tersebut diasuransikan.
- d. Pasal 20, yaitu benda persediaan (*inventory, stock perdagangan*).

#### 4. Sifat Jaminan Fidusia

- a. *Accessoir*, yakni perjanjian jaminan fidusia terikat dengan perjanjian induknya yaitu perjanjian kredit atau perjanjian utang-piutang;
- b. Hak *Preferent*, yaitu hak penerima fidusia untuk mendapatkan pelunasan lebih dulu;
- c. *Droit de suite*, yakni hak akan selalu menyertai benda ditangan siapapun benda itu berada;
- d. Ditujukan untuk menjamin utang yang sudah diperjanjikan atau terhadap utang yang akan ada dimasa depan;
- e. Mempunyai kekuatan eksekutorial dan wajib terdaftar di kantor pendaftaran fidusia setempat;

---

<sup>25</sup> Munir Fuady dalam Rini Sugiani, "Analisis Jaminan Fidusia Terhadap Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta" (Tesis. Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 65-66.

- f. Jaminan fidusia memiliki sifat spesialitas dan publisitas (wajib di publikasikan supaya pihak ketiga mengetahui status benda tersebut);
- g. Terhadap objeknya, yaitu benda bergerak berwujud ataupun tidak berwujud dan benda tidak bergerak yang tidak dapat dibebankan dengan hak tanggungan, serta benda yang akan dimiliki dikemudian waktu.

## 5. Proses Pengikatan dalam Jaminan Fidusia

Pasal 4 sampai dengan Pasal 10 UU Jaminan Fidusia mengatur terkait pengikatan jaminan fidusia. Proses pengikatan dalam jaminan fidusia dapat terjadi melalui tahapan-tahapan, seperti berikut.<sup>26</sup>

- a. Tahap pertama, pemberi fidusia dan penerima fidusia melakukan janji serah-terima benda jaminan fidusia yang termuat dalam perjanjian utang-piutang sebagai perjanjian pokok. Janji ini masih bersifat konsensual obligator, dikarenakan masih tergolong hak perorangan.
- b. Tahap kedua, dilaksanakan dengan perjanjian pembebanan/ pemberian jaminan fidusia melalui akta notaris dalam bahasa Indonesia dan merupakan akta jaminan fidusia (Pasal 5 Ayat (1) UU Jaminan Fidusia), dengan mencantumkan hari, tanggal, dan waktu (jam) pembuatan akta. Akta jaminan fidusia setidaknya berisi identitas pihak pemberi fidusia dan penerima fidusia, data perjanjian pokok, uraian dan nilai benda yang menjadi objek jaminan fidusia, dan nilai penjaminan. Perjanjian jaminan fidusia harus dibuat dengan akta notaris yang ditujukan demi kepastian hukum dan asas publisitas.
- c. Tahap terakhir, benda yang dibebani dengan jaminan fidusia didaftarkan di kantor pendaftaran fidusia, yang akan tercatat ke dalam buku daftar fidusia. Pencatatan jaminan fidusia dalam buku daftar fidusia, mengartikan bahwa sejak tanggal itu lahirlah jaminan fidusia (Pasal 14 Ayat (3) UU Jaminan Fidusia).

---

<sup>26</sup> Madi Muktiyono dalam Anina Syahwita Pane, "Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia Di Perbankan Syariah" (Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), hlm. 49.

## 6. Eksekusi Objek Jaminan Fidusia

Berdasarkan Pasal 29 ayat (1) UU Jaminan Fidusia bahwa: “apabila debitor atau pemberi fidusia cidera janji, terhadap benda yang menjadi Objek Jaminan Fidusia dapat dilakukan Eksekusi”. Terdapat beberapa cara untuk melakukan eksekusi objek jaminan fidusia apabila debitor wanprestasi, sebagai berikut:

- a. Penerima fidusia berhak melaksanakan titel eksekutorial sebagaimana diatur dalam Pasal 15 ayat (2) UU Jaminan Fidusia;
- b. Penerima fidusia yang memiliki kuasa atas benda yang menjadi objek jaminan fidusia dapat melakukan penjualan melalui pelelangan umum serta mengambil pelunasan piutangnya dari hasil penjualan;
- c. Pemberi fidusia dan Penerima Fidusia yang telah sepakat dapat melakukan penjualan di bawah tangan apabila melalui cara penjualan tersebut dapat memperoleh harga tertinggi yang menguntungkan para pihak.

## C. Tinjauan Umum tentang YouTube

### 1. Sejarah Singkat YouTube

YouTube mulai berdiri sejak tanggal 14 Februari 2005 yang dipelopori tiga orang, yaitu Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Perkembangan situs internet menampung miliaran video sangat kilat sejak awal pertama kali diciptakan, kemudian YouTube dibeli oleh Google dengan nilai US\$ 1,65 miliar pada November 2006.<sup>27</sup>

Sebelum YouTube berdiri, terdapat sejumlah aplikasi yang dilabeli sebagai *killer app*, yaitu LiveJournal (dirilis tahun 1999), Wikipedia (2001), dan

---

<sup>27</sup> Hermawan Riyadi, “Pengertian YouTube Beserta Manfaat dan Fitur-fitur YouTube yang Perlu Anda Ketahui,” nesabamedia.com, diakses tanggal 26 Agustus 2022, [www.nesabamedia.com/pengertian-YouTube/](http://www.nesabamedia.com/pengertian-YouTube/).

Flickr (2004). *Killer app*<sup>28</sup> tersebut mempunyai keistimewaan tersendiri, pada LiveJournal, YouTube mengambil ide tentang *user-generated content*, pada Flickr, YouTube mengambil ide tentang *tagging* (menyatukan sebuah gagasan atau tema yang sama atas konten-konten yang diunggah, pada Wikipedia, ide tentang para pengguna yang membangun komunitas dengan biaya gratis, sehingga Platform YouTube diwujudkan dari kolaborasi keistimewaan berbagai *killer app* tersebut, lalu menjadi *killer app* selanjutnya.<sup>29</sup>

Iklan yang tampil pada waktu sebelum video-video diputar menjadi pendapatan bagi YouTube. Google AdSense yang mengelola iklan-iklan tersebut, yaitu sebuah program yang memberikan pembayaran dengan dasar seberapa banyak frekuensi iklan dari sebuah video yang ditonton. Pada bulan Februari 2017, tercantum bahwa terdapat video dengan total durasi 400 jam diupload di YouTube setiap menitnya dan total satu miliar jam konten YouTube ditonton orang setiap harinya.<sup>30</sup>

## 2. Pengertian Singkat YouTube, Akun, *Channel*, dan *Youtuber*

YouTube adalah situs internet yang memfasilitasi pengguna untuk membagikan video, atau sebatas menonton berbagai video yang diupload oleh pengguna lain. Berbagai macam kategori video dapat diunggah ke dalam situs, contohnya video klip musik seorang musisi, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog seorang *vlogger*, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan berbagai macam tema lainnya.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> *Killer application* adalah istilah bagi program komputer yang sedemikian berguna, populer, dan menguntungkan sehingga perusahaan yang mengembangkannya tumbuh sangat besar dalam waktu relatif singkat. "Killer Application," diakses tanggal 26 Agustus 2022, [kamusbisnis.com/arti/killer-application/](http://kamusbisnis.com/arti/killer-application/).

<sup>29</sup> Afif Maulana Adikusuma, "Wakaf Akun YouTube (Telaah Yuridis Terhadap Akun YouTube Sebagai Potensi Baru Untuk Dimanfaatkan Menjadi Benda Wakaf: Pendekatan Normatif-Konseptual)" (Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021), hlm. 104.

<sup>30</sup> Riyadi, *loc.cit.*

<sup>31</sup> *Ibid.*

Akun YouTube merupakan *admin panels*, yaitu akun<sup>32</sup> yang digunakan untuk mengakses atau untuk *login* dalam kanal (*channel*) YouTube. Sedangkan kanal (*channel*) YouTube merupakan Brand>Nama Saluran yang berisi konten video-video di YouTube. Sementara *youtuber* adalah sebuah istilah yang ditujukan kepada orang yang sering mengunggah video melalui kanal (*channel*) YouTube, *youtuber* biasanya membuat sebuah video jenaka, kreatif, menarik, unik, ataupun video tentang kesehariannya (vlog).<sup>33</sup>

### 3. Perlindungan Hak Cipta oleh Platform YouTube

Dalam melindungi konten video seperti menghindari adanya pelanggaran baik berupa *plagiarism* ataupun penyalahgunaan pemanfaatan konten dari seorang pencipta, YouTube mengadopsi *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA). Terdapat beberapa alat dalam fitur YouTube yang dapat dimanfaatkan oleh *youtuber* (selaku pencipta) untuk melindungi dan mengelola konten miliknya, dengan penjelasan sebagai berikut:<sup>34</sup>

- a. *Copyright Takedown Webform*, fitur sederhana ini digunakan untuk mengajukan permintaan penghapusan konten dari YouTube apabila karya yang terlindungi oleh hak cipta diupload tanpa persetujuan dari pemilik konten.
- b. *Copyright Match Tool*, salah satu fitur ini yang dapat mengidentifikasi video yang menyalin video lain yang telah diunggah ke YouTube, atau yang telah dihapus karena adanya permintaan penghapusan. Apabila ditemukan salinan video, pemilik hak cipta dapat memilih tindakan, diantaranya: mengirim email kepada *uploader* yang mengunggah konten salinan video, meminta penghapusan konten video, atau mengarsipkan salinan video.

---

<sup>32</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “akun” dengan pengertian untuk bidang komputer, memiliki arti, catatan tentang nama pengguna, kata sandi, dan hak untuk mengakses jaringan atau sistem daring. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemdikbud, “Akun,” KBBI Daring, diakses tanggal 26 Agustus 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/akun>.

<sup>33</sup> Jefferly Helianthusonfri, *YouTube Marketing* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), hlm. 35.

<sup>34</sup> “Overview of Copyright Management Tools,” accessed November 21, 2022, <https://support.google.com/youtube/answer/9245819?hl=en>.

- c. *Content Verification Program*, fitur ini disediakan supaya pemilik hak cipta dapat melacak konten yang dianggap melanggar dan meminta penghapusan untuk beberapa video sekaligus.
- d. *Content ID*, yaitu sistem pemeriksaan otomatis yang dapat mengidentifikasi konten yang mungkin melanggar dan mengelola konten pencipta dengan mudah di YouTube. Bagi setiap pencipta yang mengunggah karyanya dalam situs YouTube akan diberikan *content ID* sebagai sebuah identitas bahwa ialah pemilik hak cipta atas karya tersebut. Setiap sebuah video diunggah ke YouTube, video akan diperiksa berdasarkan *database file*, jika program *Content ID* menemukan konten yang melanggar, maka pemilik hak cipta dapat melakukan tindakan, sebagai berikut:
  - 1) Memblokir keseluruhan video sehingga tidak dapat ditonton
  - 2) Memonetisasi video dengan menjalankan iklan pada video tersebut. Terkadang, pemilik hak cipta dapat berbagi pendapatan dengan *uploader*.
  - 3) Melacak statistik penayangan video.

#### 4. Lisensi YouTube

Lisensi video YouTube menentukan hak dan kewajiban *youtuber* dan penonton terhadap konten video. Kreator Youtube yang ingin menggunakan hak ekonomi dari ciptaan *youtuber* lain harus mendapatkan izin terlebih dahulu. Izin tersebut berupa perjanjian lisensi, lisensi merupakan izin yang diberikan oleh pencipta atau pemegang hak terkait kepada pihak lain, lisensi ini diberikan dengan tujuan agar penerima lisensi dapat mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya.<sup>35</sup>

Terdapat 2 (dua) jenis lisensi video YouTube yang dapat digunakan oleh *youtuber*, yaitu lisensi standar YouTube (*standard license YouTube*) dan

---

<sup>35</sup> Rifai Imansah dan Budi Agus Riswandi, "Pengelolaan Royalti Musik Dan Lagu Di Platform YouTube," *Journal of Intellectual Property* 5, no. No. 1 (2022): hlm. 35, <https://journal.uii.ac.id/JIPRO/article/view/26904>.

lisensi Creative Commons. Adapun uraian antara kedua jenis lisensi YouTube, adalah sebagai berikut:

- a. Lisensi standar YouTube, yaitu lisensi dasar yang diberikan kepada setiap video yang diunggah ke YouTube. Memilih lisensi ini berarti *youtuber* memiliki semua hak cipta atas video dan memberikan YouTube izin terbatas untuk menayangkan video tersebut hanya diplatform Youtube. *Youtuber* juga dapat memonetisasi video mereka dengan mengaktifkan iklan atau fitur lainnya. Dengan lisensi ini, *youtuber* tidak mengizinkan orang lain untuk menyalin, mendistribusikan, mengedit, atau membuat karya turunan dari video mereka tanpa izin tertulis dari *youtuber* asli.<sup>36</sup>
- b. Lisensi Creative Commons adalah lisensi alternatif yang dapat digunakan bagi *youtuber* yang memiliki tujuan untuk membagikan karya video-nya dengan lebih bebas dan fleksibel. Lisensi Creative Commons hanya dapat disematkan pada konten yang 100% original. *Youtuber* tidak dapat menandai video tersebut dengan Lisensi Creative Commons apabila terdapat klaim Content ID pada konten tersebut.<sup>37</sup> Dengan lisensi ini, *youtuber* masih memiliki hak cipta atas video dan memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk dapat menyalin, mendistribusikan, mengedit, atau membuat karya turunan dari video tersebut selama terdapat tanda atribusi kepada *youtuber* asli dan menggunakan lisensi Creative Commons yang sama atau kompatibel. *Youtuber* juga dapat memonetisasi video-nya dengan lisensi ini, tetapi harus memperhatikan bahwa pihak lain juga dapat memonetisasi karya turunan dari video mereka.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Nesianet, "Standard YouTube License vs. Creative Commons," diakses tanggal 24 Mei 2023, <https://www.nesianet.id/2019/09/youtube.license.html?m=1>.

<sup>37</sup> YouTube, "Creative Commons," diakses tanggal 24 Mei 2023, [https://support.google.com/youtube/answer/2797468?hl=id&ref\\_topic=2778546&sjid=9017195569301475336-AP](https://support.google.com/youtube/answer/2797468?hl=id&ref_topic=2778546&sjid=9017195569301475336-AP).

<sup>38</sup> Nesianet, "Standard YouTube License vs. Creative Commons."



## 5. Sumber Keuntungan Ekonomi YouTube

Platform YouTube kini merajalela dan memonopoli media sosial yang berbasis video (*video sharing*), Segala konten berupa video maupun suara dapat diupload ke platform YouTube oleh pembuat konten dan dapat diakses oleh semua orang di dunia ini. Hal ini memberikan keuntungan bagi para *youtuber* yang mendapatkan penghasilan misalnya dari iklan yang tayang dalam sela-sela video dengan cara melakukan monetisasi dalam YouTube miliknya maupun dari *endorsement*. Monetisasi adalah sebuah kegiatan atau proses dalam mengubah video yang telah diunggah di Channel YouTube menjadi penghasilan.

Terdapat beberapa cara dalam mendapatkan keuntungan ekonomi dalam platform YouTube, yaitu:

- a. YouTube Partner Program (YPP), yaitu program kerja sama antara *Youtuber* dengan YouTube. Dengan bergabung di YPP, *youtuber* akan dapat menggunakan fasilitas yang tersedia di YouTube diantaranya fitur monetisasi. Namun sebelum bergabung terdapat syarat dan ketentuan YouTube yang harus dipenuhi oleh *youtuber* untuk bergabung yaitu *channel* YouTube memiliki 1.000 *subscriber* dan 4000 jam tontonan dalam 12 bulan terakhir serta *channel* YouTube harus mentaati pedoman komunitas YouTube.<sup>39</sup>

Ada beberapa layanan YPP yang ditawarkan, diantaranya:

- 1) Google AdSense, yaitu media periklanan dari perusahaan Google yang bertujuan memasarkan iklan-iklan tertentu dalam video dengan keyword tertentu sesuai dengan kesepakatan antara pembuatan konten dengan perusahaan Google AdSense.

Google AdSense menawarkan pendapatan yang lebih besar dengan ditentukan oleh *cost per mille* (CPM) yang didapatkan oleh seorang pembuat konten pada setiap kelipatan 1000 *view* pada konten video

---

<sup>39</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income Dari YouTube* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 166.

yang diunggah oleh pembuat konten.<sup>40</sup> Setiap *channel* YouTube yang mencapai kriteria jumlah *subscriber* tertentu akan mendapat penghargaan umumnya disebut YouTube Play Buttons yang terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu *red diamond creator*, *custom creator*, *diamond creator*, *gold creator*, *silver creator*, *bronze*, *opal*, dan *graphite* dalam setiap kategori ini *youtuber* akan mendapatkan fasilitas tambahan dari YouTube.

Ada beberapa jenis iklan yang terdapat dalam YouTube, sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a) *Non-skippable in-stream ads*, yaitu iklan video yang tayang di awal, di tengah, atau di akhir video. Iklan ini berdurasi antara 15-20 detik, dan penonton tidak dapat melewati iklan tersebut dan diharuskan untuk menonton tayangan iklan sebelum bisa menonton konten video pilihannya. Iklan ini dapat menghasilkan nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan jenis iklan lain di YouTube.
- b) *True View in-stream ads*, iklan yang berdurasi pendek-panjang dan penonton memiliki pilihan untuk mengabaikan video iklan setelah 5 detik, namun *youtuber* baru akan mendapatkan nilai ekonomi apabila penonton menyelesaikan video iklan selama 30 detik.
- c) *Overlay in-video ads*, iklan hamparan transparan di bagian bawah video, nilai iklan ini dihitung berdasarkan banyaknya klik pengunjung (penonton).
- d) *Display ads*, iklan yang tayang di bagian sebelah kanan video unggulan dan diatas daftar video yang disarankan.
- e) Singkatnya layanan Google AdSense ini akan membantu *youtuber* untuk menampilkan iklan-iklan dalam video YouTube dan

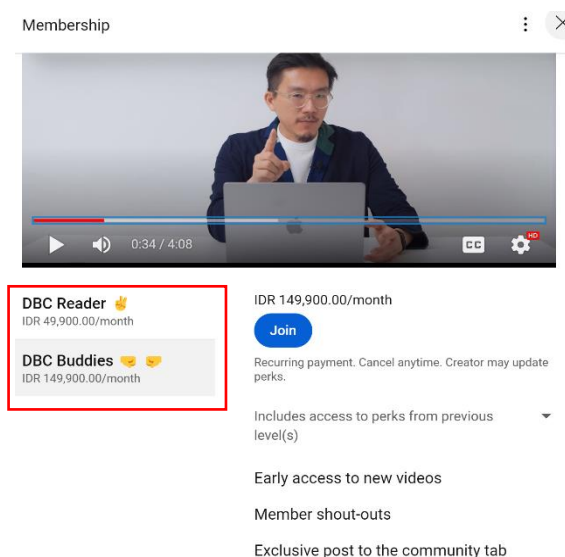
---

<sup>40</sup> Martin Eka Dwi Chandra, "Perlindungan Hukum Terhadap Monetisasi Karya Seni Musik Untuk Konten Video Yang Diunggah Ke Youtube Ditinjau Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta" (Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), hlm. 60.

<sup>41</sup> Deny Setyawan, *Rahasia Mendapat Dollar Dari Youtube* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016), hlm. 5-7.

mengkonversi penayangan iklan menjadi sebuah nilai ekonomi yang nantinya dapat menjadi sumber penghasilan bagi *youtuber*. Selain melalui Google AdSense untuk melihat laporan pendapatan YouTube bisa menggunakan fasilitas YouTube Analytics.

2) *Membership Channel* YouTube, fitur ini akan memberikan penghasilan dari penonton yang bergabung ke *channel youtuber* melalui pembayaran bulanan. *Youtuber* dituntut untuk memberikan keuntungan khusus kepada pelanggan aktif berbayar, seperti *badge*, *emoji custom*, dan keuntungan lain (contohnya konten eksklusif).<sup>42</sup>



Gambar 1. Contoh *membership* dalam *channel* YouTube.  
([youtube.com/watch?v=Ek82IATxpsQ&t=34s&ab\\_channel=FellexandroRuby](https://youtube.com/watch?v=Ek82IATxpsQ&t=34s&ab_channel=FellexandroRuby))

- b. *Affiliate Marketing*, yaitu suatu metode pemasaran dimana *youtuber* akan mempromosikan atau mengajak penonton video untuk membeli produk kemudian *youtuber* akan mendapatkan sejumlah komisi setelah produk perusahaan/orang lain berhasil terjual.<sup>43</sup>
- c. *Endorsement*, yaitu bentuk promosi dengan menggunakan *youtuber* yang memiliki pengakuan, kepercayaan, rasa hormat, dan sebagainya dari

<sup>42</sup> YouTube, "Channel memberships eligibility, policies, & guidelines," diakses tanggal 26 Agustus 2022, <https://support.google.com/YouTube/answer/7636690?hl=en>.

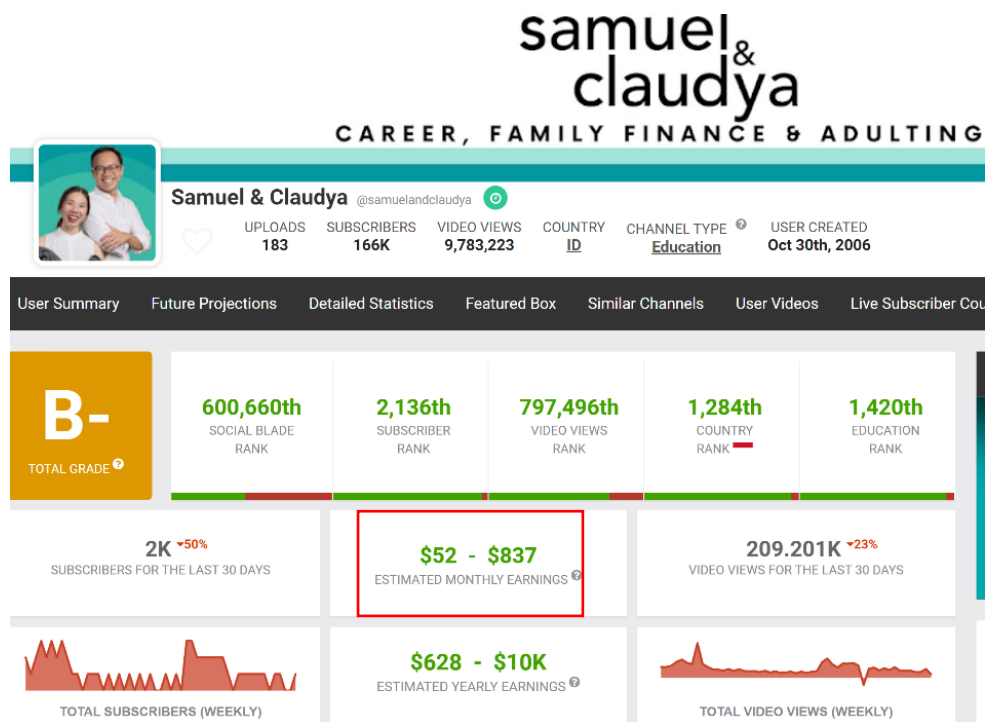
<sup>43</sup> Helianthusonfri, *Passive Income Dari YouTube*, hlm. 179.

banyak orang. Pemilik produk/perusahaan yang produk atau jasanya berkaitan dengan konten dalam *channel* YouTube tentunya akan bekerja sama dengan *youtuber* dalam rangka meningkatkan penjualan pemilik produk/perusahaan.

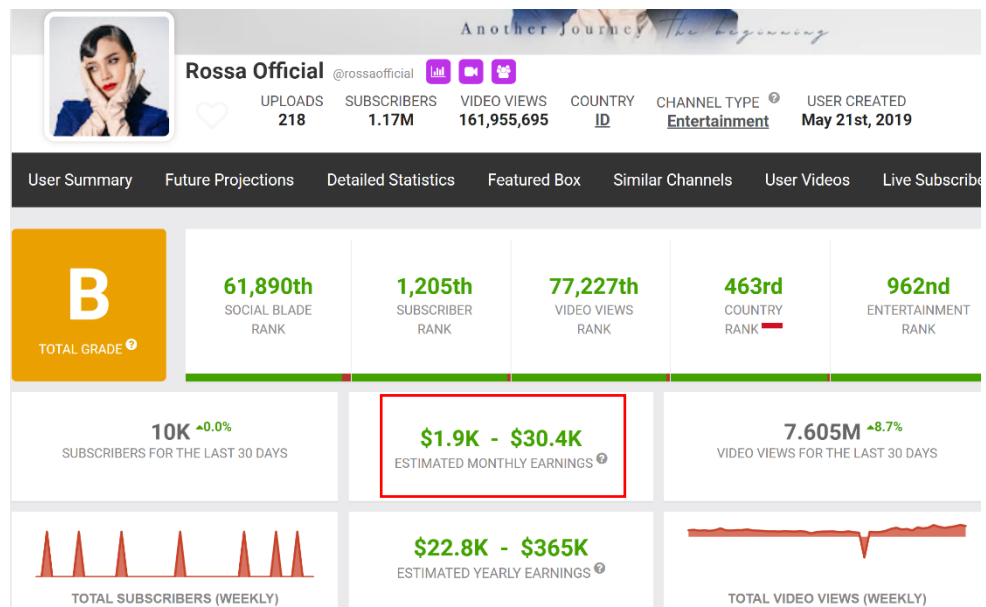


Gambar 2. Contoh sebuah konten video yang berisi konten *endorsement* suatu produk. (youtube.com/watch?v=AOCKkCiEez8&t=ab\_channel=Samuel%26Claudia)

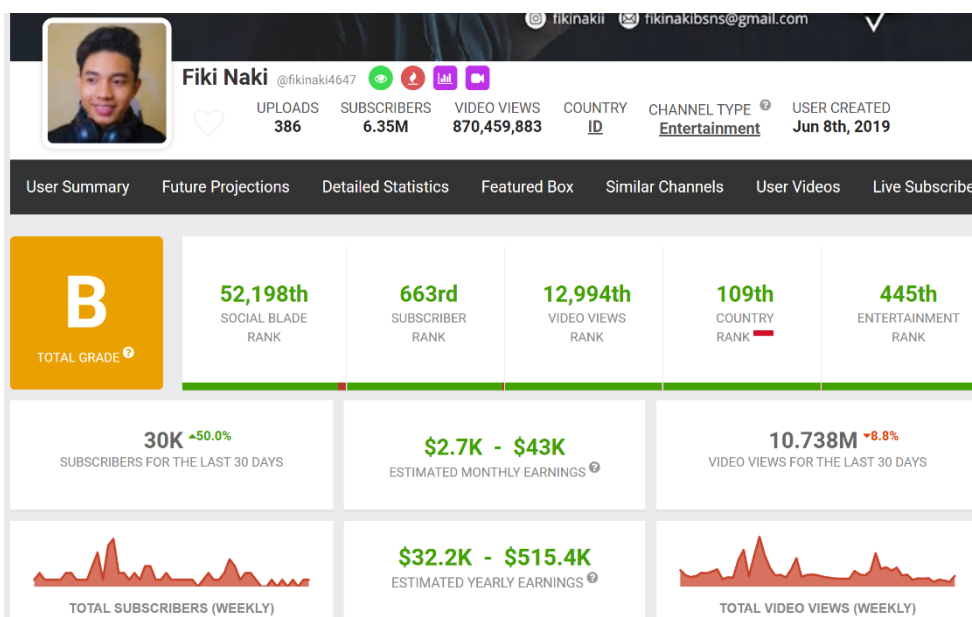
Estimasi penghasilan dari sebuah channel YouTube dapat dilihat melalui [socialblade.com](https://socialblade.com) (sebuah websites yang dapat menganalisa performa dari suatu media sosial salah satunya YouTube, dalam website ini dapat dilihat berapa banyak *subscriber* dan estimasi penghasilan dari *channel* YouTube tertentu). Websites ini dapat menampilkan estimasi nilai ekonomi dari sebuah *channel* YouTube, sehingga dimungkinkan menjadi referensi bagi penilai kekayaan intelektual untuk menentukan besaran nilai ekonomi kekayaan intelektual. Berikut adalah contoh estimasi penghasilan dari beberapa *channel* YouTube berdasarkan laman [socialblade.com](https://socialblade.com):



Gambar 3. Perkiraan nilai pendapatan dari sebuah *channel* YouTube di kategori pendidikan. ([socialblade.com/youtube/c/samuelrayandclaudya](https://socialblade.com/youtube/c/samuelrayandclaudya))



Gambar 4. Perkiraan nilai pendapatan dari sebuah *channel* YouTube di kategori hiburan. (<https://socialblade.com/youtube/c/rossaofficial>)



Gambar 5. Perkiraan nilai pendapatan dari sebuah channel YouTube di kategori hiburan. (<https://socialblade.com/youtube/channel/UCL3jS4gOZ-wJA7oeV8c7low>)

Berdasarkan situs web socialblade.com seperti yang di tampilkan pada gambar-gambar diatas dapat dilihat bahwa sebuah *channel* YouTube yang telah melewati tahap monetisasi memiliki nilai ekonomi yang cukup menarik, sehingga memiliki peluang untuk menjadi objek jaminan utang di lembaga keuangan.

## 6. YouTube bagian dari Sektor Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif diketahui secara universal ketika terbitnya buku *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2001) oleh John Howkins yang mengenalkan aliran ekonomi baru yang muncul pada awal abad ke-21 yakni ekonomi kreatif.<sup>44</sup> Secara umum ekonomi kreatif ialah kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kreatifitas. Kreatif sendiri berkaitan dengan kemahiran seseorang dalam menciptakan sesuatu yang biasanya

<sup>44</sup> Dian Ambar Ningrum, *Apa Itu Ekonomi Kreatif*, ed. Abd. Kholiq (Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2017), hlm. 81.

mensyaratkan kecerdasan dan imajinasi manusia.<sup>45</sup> Kreativitas tidak hanya sebatas terhadap karya yang dibidang seni dan budaya, namun juga bisa dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu telekomunikasi. Ekonomi kreatif memiliki 3 (tiga) hal utama, yaitu kreativitas, inovasi dan penemuan.<sup>46</sup> Dengan kata lain konsep dalam ekonomi kreatif pada dasarnya ialah kreatifitas ide yang dikembangkan oleh seseorang dengan penggunaan teknologi sehingga menghasilkan produk-produk dan juga budaya yang inovatif, berdaya saing global sehingga pada akhirnya dapat memberikan nilai bagi perekonomian nasional.<sup>47</sup> Ekonomi kreatif kerap dikenal sebagai sebuah konsep yang melingkupi konsep lain diawal abad ke-21 ini yakni Industri Kreatif.<sup>48</sup>

Di Indonesia, pemerintah mulai mengenalkan ekonomi kreatif pada tahun 2004, melalui konsep ekonomi kreatif, sisi industrialisasi dikembangkan kearah industri kreatif. Kementerian Perdagangan RI dalam “Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015” mendefinisikan Industri Kreatif, yakni “Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”<sup>49</sup>

Sampai saat ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf/ Baparekraf RI) telah menetapkan 17 (tujuh belas) sub sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia, yaitu Pengembang Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Musik Seni Rupa, Desain Produk, *Fashion*, Kuliner, Film, Animasi dan Video, Fotografi, Desain Komunikasi

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, hlm. 42.

<sup>46</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia* (CV. Garuda Mas Sejahtera, 2016), hlm. 8.

<sup>47</sup> Ratna Wijayanti Daniar Paramita, dkk., *Manajemen Industri Kreatif: Bahan Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021), hlm. 2.

<sup>48</sup> Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, hlm. 15.

<sup>49</sup> *Ibid.*, hlm. 15-16.

Visual Televisi dan Radio Kriya, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, Aplikasi.

Mengacu pada pengertian ekonomi kreatif diatas dapat dikatakan bahwa salah satu bagiannya adalah kekayaan intelektual (KI) yang bersumber dari kreativitas manusia yang menghasilkan suatu produk atau karya yang memiliki nilai ekonomi sehingga dapat dijual dan hasil ciptaannya itu merupakan bergerak dan tidak berwujud sehingga melekat hak kebendaan. Sebagai contoh, produk dari sektor Film, Animasi dan Video seperti *channel* YouTube yang berisikan konten video beragam merupakan contoh konsep sukses perpaduan antara sisi kreativitas, fenomena sosial dan penambahan nilai produk yang menghasilkan, dengan kreatifitas yang tepat informasi dalam video YouTube dapat memiliki nilai tambah yang lebih baik. Nilai ekonomi yang terkandung dalam *channel* YouTube inilah yang menjadikannya sebagai aset yang berharga sehingga dapat dijadikan jaminan utang. Semakin tinggi nilai (*value*) dan potensi ekonomi *channel* YouTube, makin tinggi pula nilai utang yang bisa didapatkan.

Pemanfaatan kekayaan intelektual juga dapat dimanfaatkan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif yang berkaitan dengan peraturan pemerintah Nomor 24 Tahun 2022. Kegiatan usaha selalu berkaitan dengan ekonomi kreatif, ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia, berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi.

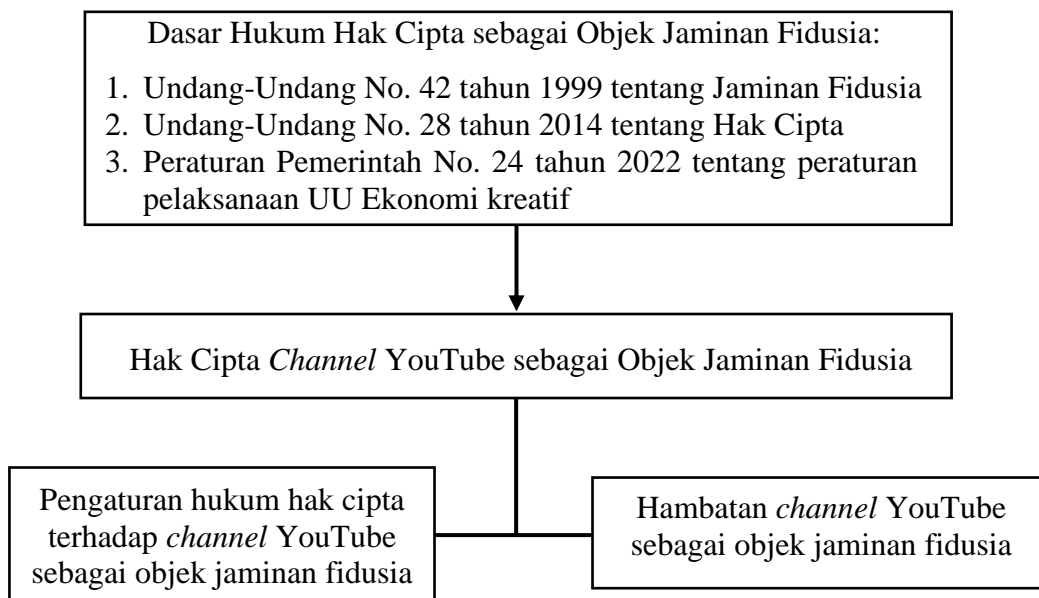
Dalam Peraturan Pemerintah No 24 tahun 2022, pemerintah memfasilitasi pelaku usaha ekonomi kreatif berupa skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual melalui lembaga keuangan non bank yaitu pemanfaatan kekayaan intelektual yang bernilai ekonomi dan penilaian kekayaan intelektual. Adapun syarat untuk mengajukan pembiayaan kekayaan intelektual yaitu proposal pembiayaan, memiliki usaha ekonomi kreatif, memiliki perikatan terkait kekayaan intelektual produk ekraf, dan memiliki surat pencatatan atau sertifikat kekayaan intelektual. Prosedur pengajuan untuk pembiayaan yaitu harus melengkapi verifikasi usaha, verifikasi



legalitas kekayaan intelektual, penilaian kekayaan intelektual, pencarian dana, dan penerimaan pengembalian dana. Kekayaan intelektual sebagai objek jaminan utang yaitu dalam bentuk jaminan fidusia atas KI, kontrak dalam kegiatan ekraf dan hak tagih dalam kegiatan ekraf. Adapun syarat KI sebagai objek jaminan yaitu sudah tercatat atau terdaftar di ditjen KI dan sudah dikelola baik secara sendiri dan dialihkan haknya kepada pihak lain.

## E. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini tergambar pada skema sebagai berikut:



Gambar 6. Kerangka Pikir

Berdasarkan bagan kerangka pikir di atas, selanjutnya akan diuraikan sebagai berikut:

Berdasarkan Pasal 16 Ayat (1) dan (3) UU Hak Cipta: Ayat (1) UU Hak Cipta merupakan benda bergerak tidak berwujud, Ayat (3) UU Hak Cipta dapat dijadikan sebagai objek jaminan fidusia. Berdasarkan UU Jaminan Fidusia diatur bahwa jaminan fidusia adalah hak jaminan atas benda bergerak baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud dan benda tidak bergerak khususnya bangunan yang tidak dapat dibebani hak tanggungan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 24 tahun 2022 tentang peraturan pelaksanaan Undang-Undang Ekonomi kreatif diatur mengenai skema pembiayaan kekayaan intelektual.

Bahwa *Channel* YouTube yang berisikan berbagai macam konten video adalah sebuah bentuk karya cipta yang diciptakan dalam rupa sinematografi, yakni kombinasi antara audio dan visual, sebuah konten video YouTube adalah karya sinematografi yang diunggah ke dalam media digital sehingga konten YouTube

merupakan objek ciptaan yang bisa memperoleh hak cipta serta dapat menjadi objek jaminan fidusia sebagaimana peraturan diatas mengaturnya. Disamping itu konten kreator (*youtuber*) merupakan pelaku usaha ekonomi kreatif yang dapat menghasilkan pendapatan dari sebuah *channel* YouTube melalui *adsense* maupun *endorsement*. Sejalan dengan PP Ekonomi Kreatif 2022 melalui pengajuan proposal usaha ekonomi kreatif dan sertifikat kekayaan intelektual, seorang *youtuber* dapat mengajukan pembiayaan berbasis KI pada lembaga keuangan misalnya dengan tujuan pengembangan *channel* YouTube-nya.

Permasalahan yang selanjutnya akan dibahas adalah bagaimanakah pengaturan hukum *channel* YouTube sebagai hak cipta yang dapat dijadikan objek jaminan fidusia beserta hambatan-hambatan untuk menjadikan *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia. Setelah melalui pembahasan, akan dapat digambarkan secara rinci, jelas, dan sistematis mengenai pengaturan hukum dan hambatan *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia.

### III. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah panduan atau standar prosedur yang memuat urutan tahapan, proses, atau cara sistematis yang diaplikasikan guna mencapai tujuan tertentu dengan tepat, taat asas, dan efisien. Pada prinsipnya, metodologi penelitian mempunyai tiga kegunaan yaitu tahapan mendapatkan pengetahuan atau penemuan baru, dapat digunakan untuk membuktikan atau menguji kebenaran yang telah ada, membantu dalam mengembangkan pengetahuan lebih kaya dan lebih banyak.<sup>50</sup>

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian normatif diartikan sebagai penelitian untuk menguji suatu norma atau ketentuan yang berlaku dengan meneliti bahan pustaka, penelitian yang berfokus pada bahan pustaka, jenis penelitian inilah yang menjadi karakteristik utama dalam penelitian hukum, namun dalam perkembangannya penelitian hukum lalu diperkuat dan dilengkapi dengan penelitian hukum empirik.<sup>51</sup> Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini yakni menggunakan penelitian hukum normatif dengan penelitian hukum empiris sebagai pelengkap, khususnya dukungan dengan data empiris sebagai penguatan analisis, argumentasi, dan kesimpulan yang bersifat preskriptif.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Irwansyah, *Penelitian Hukum Pilihan Metode dan Praktik Penulisan Artikel* (Yogyakarta: Mirra Buana Media, 2021), hlm. 53-54

<sup>51</sup> *Ibid*, hlm. 42.

<sup>52</sup> *Ibid*, hlm. 166.

## B. Tipe Penelitian

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, maka tipe penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah tipe penelitian hukum normatif-empiris yaitu jenis penelitian hukum normatif yang dilengkapi dengan data empirik, merupakan jenis penelitian yang menggunakan data sekunder (bahan pustaka) dan didukung dengan data primer (wawancara).<sup>53</sup> Dalam penelitian hukum normatif penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan dan bahan-bahan hukum yang berhubungan, sedangkan penelitian hukum empiris dilaksanakan dengan cara melakukan wawancara sebagai data pendukung untuk menjawab permasalahan penelitian ini yang mendeskripsikan dan menjelaskan temuan penelitian terkait pengaturan hukum hak cipta dan hambatan dalam pembiayaan terhadap *channel* YouTube sebagai jaminan fidusia dengan tujuan untuk menggambarkan secara rinci, jelas, dan sistematis mengenai *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia.<sup>54</sup>

## C. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan *Economic Analysis of Law*. Pendekatan perundang-undangan dilaksanakan dengan memeriksa semua undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan permasalahan hukum yang diteliti. Pendekatan konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Pendekatan *Economic Analysis of Law* adalah suatu pendekatan yang menggunakan metode atau prinsip-prinsip ekonomi terhadap hukum yang berkenaan dengan kemungkinan munculnya keefisienan dari pembentukan, penerapan, ataupun pelaksanaan dari peraturan perundang-undangan, dalam penelitian ini

---

<sup>53</sup> *Ibid*, hlm. 42.

<sup>54</sup> *Ibid.*, hlm. 38.

dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep ekonomi pada umumnya untuk memberikan penguatan pada proses bekerjanya hukum.<sup>55</sup>

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini dilaksanakan dengan wawancara sebagai data pendukung yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan Bapak Cucuk Wasisatuhu selaku PPNS KI Kemenkumham Bandar Lampung dan Ibu Septi Murtasia selaku kepala bagian Desk Mikro Program PT Bank Lampung.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yakni data yang diambil atau dikumpulkan melalui kepustakaan/ studi pustaka dengan cara mengumpulkan data yakni peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai hukum positif yang memuat ketentuan tentang hukum hak cipta, hukum jaminan, jurnal ilmiah dan internet yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Bahan hukum primer, yakni bahan-bahan hukum yang bersifat otoratif (mempunyai otoritas)<sup>56</sup>, yang meliputi:
  - 1) Undang-Undang No. 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia;
  - 2) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta;
  - 3) Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU Ekonomi Kreatif.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang berkaitan dengan bahan hukum primer dan bahan yang dapat mendukung analisis dan pemahaman terhadap bahan hukum primer, misalnya buku-buku, dokumen-dokumen, hasil tulisan tesis dan bahan-bahan hukum lainnya

---

<sup>55</sup> *Ibid*, hlm. 215.

<sup>56</sup> Djulaeka and Devi Rahayu, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), hlm. 36.

terkait hak cipta, jaminan fidusia, dan ekonomi kreatif yang mendukung penelitian ini.

- c. Bahan non hukum, yakni bahan yang akan memberi petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang berupa buku, jurnal, dan laporan dari disiplin ilmu lainnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini.<sup>57</sup>

## E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan secara konvensional yakni menghimpun buku-buku yang tersedia di perpustakaan dan yang dimiliki penulis maupun secara non-konvensional yakni dengan pemanfaatan jaringan internet untuk mengakses situs web (*websites*) yang memuat data tentang hak cipta dan jaminan fidusia. Pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Studi kepustakaan, dilakukan melalui peninjauan informasi hukum yang bersumber dari beragam macam buku atau literatur lainnya terkait dengan penelitian ini dengan serangkaian kegiatan berupa membaca, menelaah, mengutip, dan mengkaitkan bahan-bahan hukum yang sudah dikumpulkan supaya mudah untuk diolah datanya.<sup>58</sup>
2. Studi dokumen, dilaksanakan dengan melihat dan meninjau dokumen hukum peraturan perundang-undangan, pendapat ahli hukum, dan pendapat para sarjana yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>59</sup>
3. Wawancara (*interview*) dilakukan melalui komunikasi antara sumber data (informan) dan pengumpul data (pewawancara) dengan pedoman pertanyaan. Wawancara dengan narasumber berfungsi sebagai informasi pendukung dalam penulisan penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan Bapak Cucuk Wasiatuhu selaku PPNS KI Kemenkumham Bandarlampung dan Ibu Septi Murtasia selaku kepala bagian Desk Mikro Program PT Bank Lampung.

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, hlm. 37.

<sup>58</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), hlm. 66.

<sup>59</sup> *Ibid.*

## F. Metode Pengolahan Data

Teknik pengolahan terhadap bahan hukum yang telah terhimpun dilaksanakan dengan tahapan-tahapan:<sup>60</sup>

1. Pemeriksaan data, yakni penentuan data sesuai dengan pokok bahasan dan jika terdapat kekurangan atau kekeliruan maka akan dilengkapi dengan diperbaiki;
2. Penandaan data, yakni data yang telah dikumpulkan diberikan catatan atau tanda yang menyatakan jenis data;
3. Klasifikasi, yakni melakukan klasifikasi terhadap data dan bahan hukum yang telah terkumpul ke dalam permasalahan yang diteliti;
4. Sistematisasi data, yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan uraian masalah penelitian.

## G. Analisis Data

Tahap analisis data akan dilaksanakan dengan menganalisis bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan tersier secara normatif terhadap peraturan perundang-undangan dan data yang diperoleh dari wawancara akan diolah dan diuraikan secara komprehensif dan menyeluruh terhadap temuan-temuan yang berkaitan ke bentuk kalimat yang sistematis supaya dapat di tarik kesimpulan yang memberikan jawaban atas permasalahan terkait identifikasi *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia.

---

<sup>60</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum*, Cetakan Ke-I (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 126.



## V. PENUTUP

### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikaji maka dapat penulis simpulkan, yakni:

1. Konten video YouTube merupakan sebuah karya cipta digital yang secara asas deklaratif konten video tersebut sudah memiliki hak cipta setelah video tersebut tayang perdana di *channel* YouTube tertentu, namun sebaiknya tetap didaftarkan pada Kantor Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia guna mendapatkan manfaat perlindungan dan kepastian hukum terhadap ciptaannya. Sebuah *channel* YouTube tertentu yang telah memenuhi persyaratan YouTube dapat memiliki iklan berbayar yang tayang dalam sela-sela konten video yang kemudian jumlah tayangan iklan dalam konten video akan dikonversi oleh sistem YouTube menjadi pendapatan bagi *youtuber*, sejalan dengan hal ini *channel* YouTube memiliki nilai ekonomis.

Hak cipta konten video YouTube adalah benda bergerak dan tidak berwujud sesuai dengan Pasal 16 UU Hak Cipta dan Pasal 1 angka 2 UU Jaminan Fidusia “hak cipta dapat menjadi objek jaminan fidusia” dikarenakan terdapat hak eksklusif, yaitu hak moral dan hak ekonomi yang dimiliki pemilik hak cipta, selanjutnya berdasarkan Pasal 7 PP Ekonomi Kreatif 2022 dinyatakan bahwa pelaku usaha ekonomi kreatif dapat mengajukan pembiayaan berbasis kekayaan intelektual apabila kekayaan intelektual pelaku usaha telah memenuhi syarat yaitu hak cipta konten video YouTube sudah tercatat dan terdaftar pada KemenkumHAM dan hak cipta pada konten YouTube telah dilakukan pengelolaan secara mandiri atau dialihkan

haknya pada seseorang, sementara terkait *channel* YouTube sebagai objek jaminan belum ada pengaturannya.

2. Kehadiran PP Ekonomi Kreatif bagi Platform YouTube sebagai media digital yang menghasilkan nilai ekonomi memiliki potensi yang besar, untuk membuka peluang bagi para pelaku ekonomi kreatif (*youtuber*) dalam memperoleh berbagai insentif dan kemudahan sebagai modal untuk memperluas usahanya, namun PP Ekonomi Kreatif ini belum memberikan gambaran yang detail terhadap konten YouTube seperti apa yang dapat dijadikan jaminan fidusia.

Terdapat hambatan-hambatan dalam menjadikan *channel* YouTube sebagai objek jaminan fidusia yang dapat disimpulkan oleh penulis, yakni: belum adanya sistem valuasi kekayaan intelektual yang pasti untuk menghitung nilai ekonomi dari sebuah *channel* YouTube, belum adanya pasar sekunder untuk menjual benda kekayaan intelektual yang tidak berwujud apabila terjadi wanprestasi oleh debitur yang tidak bisa mengembalikan dana dimana tempat bagi kreditur untuk menjual objek jaminan berupa hak cipta konten video YouTube tersebut, tidak stabilnya nilai ekonomi *channel* YouTube, belum adanya sistem pencatatan pendaftaran kekayaan intelektual sebagai jaminan fidusia, belum adanya tata cara eksekusi objek jaminan kekayaan intelektual apabila terjadi wanprestasi, dan terkait pilihan jenis lisensi konten YouTube seperti apa yang dapat dijadikan sebagai objek jaminan belum diatur oleh peraturan saat ini.

## **B. Saran**

1. Peran seharusnya meninjau kembali Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta terutama pada Pasal 16 ayat (3) terkait “hak cipta sebagai benda bergerak tidak berwujud dapat dijadikan sebagai objek jaminan fidusia”. Undang-Undang Hak Cipta seharusnya dapat menjelaskan bentuk hak cipta seperti apa yang dapat menjadi objek jaminan kredit, disertakan uraian kriteria yang detail atau membuat sebuah peraturan

turunan terkait ketentuan kekayaan intelektual seperti apa yang bisa didaftarkan dan bisa dijadikan sebagai jaminan.

2. Pemerintah seharusnya dapat meniadakan hambatan-hambatan yang menyebabkan lembaga pembiayaan kurang berkenan untuk memberikan kredit kepada pelaku ekonomi kreatif dengan jaminan berupa kekayaan intelektual. Kerjasama antara pemerintah dengan lembaga pembiayaan sangat diperlukan. Pemerintah seharusnya dapat membuat peraturan turunan terkait objek jaminan berupa kekayaan intelektual, membuat suatu lembaga pendaftaran hak kekayaan intelektual dimana lembaga tersebut dapat menerima pendaftaran jaminan atas hak kekayaan intelektual dan sebuah sistem yang dapat memeriksa apakah sebuah hak kekayaan intelektual sudah didaftarkan sebagai objek jaminan untuk mencegah pendaftaran ganda terhadap karya cipta yang sama, memiliki sebuah lembaga khusus valuasi kekayaan intelektual atau sistem valuasi objek kekayaan intelektual, memiliki pengaturan mekanisme eksekusi objek kekayaan intelektual dalam hal debitur cidera janji, dan melakukan penegakan hukum terhadap pelanggaran hak cipta sebab hal ini sangat penting guna melindungi pemegang hak kekayaan intelektual untuk tetap mendapatkan manfaat hak eksklusifnya tanpa dilanggar oleh siapapun.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- C., Ferry Gunawan. *Hak Cipta Jaminan Kredit Perbankan Ekonomi Kreatif*. Bandung: P.T. Alumni, 2018.
- Dian Ambar Ningrum. *Apa Itu Ekonomi Kreatif*. Edited by Abd. Kholiq. Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2017.
- Djulaeka. *Hak Kekayaan Intelektual Teori Dan Prinsip-Prinsip Umum*. Malang: Setara Press, 2021.
- Djulaeka, and Devi Rahayu. *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Helianthusonfri, Jefferly. *Passive Income Dari YouTube*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.
- . *YouTube Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press, 2017.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Cetakan Ke-I. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, Riza Bakhtiar Sulistyan, Muchamad Taufiq, and Muhaimin Dimiyati. *Manajemen Industri Kreatif: Bahan Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. CV. Garuda Mas Sejahtera, 2016.
- Rahmatullah, Indra. *Aset Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Jaminan Dalam Perbankan*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.

- Saidin, OK. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015.
- Setyawan, Deny. *Rahasia Mendapat Dollar Dari Youtube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016.
- Subagiyo, Dwi Tatak. *Hukum Jaminan Dalam Perspektif Undang-Undangan Jaminan Fidusia (Suatu Pengantar)*. Surabaya: Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2018.
- Thalib, Abd, dan Mukhlisin. *Aneka Hukum Bisnis Modern*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*).
- Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Ekonomi Kreatif.

### **Jurnal**

- Abdullah, Junaidi. "Jaminan Fidusia Di Indonesia (Tata Cara Pendaftaran Dan Eksekusi)." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2016.
- Aura Mayshinta, Muh. Jufri Ahmad. "Perlindungan Terhadap Kreditur Pemegang Jaminan Fidusia Atas Hak Cipta Konten Youtube." *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance* 3, No. 1, 2023.
- Dharmapatni, Luh Inggita. "Hak Cipta Sebagai Suatu Objek Jaminan Fidusia." *Lex Journal: Kajian Hukum & Keadilan*, No. 2, 2018. <https://doi.org/10.25139/lex.v2i2.1412>.
- Imansah, Rifai, and Budi Agus Riswandi. "Pengelolaan Royalti Musik Dan Lagu Di Platform YouTube." *Journal of Intellectual Property* 5, No. 1, 2022. <https://journal.uui.ac.id/JIPRO/article/view/26904>.
- Kurniasih, Ida, and Anjar Permana. "Pembebanan Hak Pada Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia Dalam Perjanjian Kredit Perbankan." *Jurnal Pemuliaan Hukum* 3, No. 1, 2020.

- Langit Rafi Soemarsono, Rianda Dirkareshza. “Urgensi Penegakan Hukum Hak Cipta Terhadap Pembuat Konten Dalam Penggunaan Lagu Di Media Sosial.” *Jurnal USM Law Review* 4, No. 2, 2021.
- Mulyani, Sri. “Pengembangan Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Collateral (Agunan) Untuk Mendapatkan Kredit Perbankan Di Indonesia.” *Jurnal Dinamikia Hukum* 12, No. 3, 2012.
- Puspitasari, Rina. “Hak Cipta Sebagai Jaminan Fidusia.” *Journal of Intellectual Property* 4, No. 1, 2021.
- Setianingrum, Reni Budi. “Mekanisme Penentuan Nilai Ekonomis Dan Pengikatan Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia.” *Jurnal Media Hukum* 23, No. 2, 2016.
- Simatupang, Khwarizmi Maulana. “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta Dalam Ranah Digital.” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, No. 1, 2021.
- Simatupang, Taufik H. *Penilaian Surat Pencatatan Ciptaan Sebagai Objek Jaminan Fidusia Dalam Rangka Pengajuan Kredit Perbankan (Pendekatan Teori Negara Kesejahteraan)*. Jakarta: BALITBANGKUMHAM Press (Anggota IKAPI), 2020.
- Viskha Purwita Lana, Switcha Differentia Ariapramuda, Irene Maria Angela, Azalia Rahma Utami, Valencia Gustin. “Urgensi Kelengkapan Teknis Dalam Regulasi Penggunaan Konten YouTube Sebagai Jaminan.” *Padjajaran Law Revie* 10, No. 2, 2022.

### **Skripsi, Tesis**

- Adikusuma, Afif Maulana. “Wakaf Akun Youtube (Telaah Yuridis Terhadap Akun Youtube Sebagai Potensi Baru Untuk Dimanfaatkan Menjadi Benda Wakaf: Pendekatan Normatif-Konseptual).” Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021.
- Chandra, Martin Eka Dwi. “Perlindungan Hukum Terhadap Monetisasi Karya Seni Musik Untuk Konten Video Yang Diunggah Ke Youtube Ditinjau Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.” Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Nurwati. “Jaminan Fidusia Bagi Pemilik Hak Cipta Karya Musik Dan Lagu

Dalam Perspektif Hak Kebendaan.” Disertasi. Universitas Sebelas Maret, 2020.

Pane, Anina Syahwita. “Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia Di Perbankan Syariah.” Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

Sugiani, Rini. “Analisis Jaminan Fidusia Terhadap Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.” Tesis. Universitas Sumatera Utara, 2018.

### **Sumber Internet (*websites*)**

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemdikbud. “Akun.” KBBI Daring, n.d. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/akun>.

Digitalbisa.id. “Apa Itu Digital Platform?” Accessed August 28, 2022. <https://digitalbisa.id/artikel/apa-itu-digital-platform-LL6CQ>.

Indonesia, CNN. “Yasonna: Konten YouTube Bisa Untuk Jaminan Utang Ke Bank,” n.d. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220721123935-20-824316/yasonna-konten-youtube-bisa-untuk-jaminan-utang-ke-bank>.

Kanwil Jogja Kemenkumham. “Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Beri Harapan Kepada Pelaku Ekonomi Kreatif,” 2022. <https://jogja.kemenkumham.go.id/berita-kanwil/berita-utama/peraturan-pemerintah-nomor-24-tahun-2022-beri-harapan-kepada-pelaku-ekonomi-kreatif#:~:text=Jakarta - Presiden Republik Indonesia Joko,atau kredit dari lembaga keuangan>.

“Killer Application.” Accessed August 26, 2022. [kamusbisnis.com/arti/killer-application/](https://kamusbisnis.com/arti/killer-application/).

Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi. “Akatara.” Accessed March 26, 2023. <https://akatara.kemenparekraf.go.id/about/>.

NesiaNet. “Standard YouTube License vs. Creative Commons,” 2023. <https://www.nesianet.id/2019/09/youtube.license.html?m=1>.

“Overview of Copyright Management Tools.” Accessed November 21, 2022. <https://support.google.com/youtube/answer/9245819?hl=en>.

Riyadi, Hermawan. “Pengertian Youtube Beserta Manfaat Dan Fitur-Fitur Youtube Yang Perlu Anda Ketahui.” [nesabamedia.com](https://nesabamedia.com), 2022.

[www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/](http://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/).

YouTube. "Channel Memberships Eligibility, Policies, & Guidelines," n.d.

<https://support.google.com/youtube/answer/7636690?hl=en>.

———. "Creative Commons," n.d.

[https://support.google.com/youtube/answer/2797468?hl=id&ref\\_topic=2778546&sjid=9017195569301475336-AP](https://support.google.com/youtube/answer/2797468?hl=id&ref_topic=2778546&sjid=9017195569301475336-AP).