PERLINDUNGAN HUKUM KEPEMILIKAN KONTEN PROMOSI DALAM *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Oleh :

FIDIYATUS SOLIKHAH

NIM : 122OO28

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2026

PERLINDUNGAN HUKUM KEPEMILIKAN KONTEN PROMOSI DALAM *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Oleh :

FIDIYATUS SOLIKHAH

NIM : 122OO28

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fidiyatus Solikhah

Nim : 1220028

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Kepemilikan Konten Promosi dalam *E-Commerce*

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari skripsi ini ternyata plagiat, penulis bersedia mendapat sanksi akademik yaitu dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini telah dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 8 Oktober 2026

Yang Menyatakan,



Fidiyatus Solikhah

NIM. 1220028.

NOTA PEMBIMBING

M. Zulvi Romzul Huda Fuadi, M.H.

Gerdu, Gejlik, Kec, Kajen, Kabupaten Pekalongan

Lamp : 1 (satu) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Fidiyatus Solikhah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah

c.q Ketua Program Hukum Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari :

Nama : Fidiyatus Solikhah

NIM : 1220028

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Kepemilikan Konten Promosi dalam *E-commerce*

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 25 Oktober 2026

Pembimbing,

M.Zulvi Romzul Huda Fuadi, M.H

NIP : 199306292020121013

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH
Alamat Kampus 2 : Jl. Pahlawan Km 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Telp. 082329346517
Website : fasya.uingusdur.ac.id | Email : fasya@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, mengesahkan Skripsi atas nama :

Nama	:	Fidiyatus Solikhah
NIM	:	1220028
Program Studi	:	Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	**Perlindungan Hukum Kepemilikan Konten Promosi Dalam *E- commerce***

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 20 Oktober 2026 dan dinyatakan **LULUS,** serta telah disesuaikan dengan masukan dan saran dari penguji.

Pengesahan ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing

M. Zulvi Romzul Huda Fuadi, M.H
NIP. 199306292020121013

Dewan Penguji

Penguji I

Abdul Hamid, M.A.
NIP. 197806292011011003

Penguji II

Dr. Asep Surava maulana, M.H.
NIP. 19860912205211002

Pekalongan, 26 Oktober 2026
Disahkan Oleh
Dekan

Prof. Dr. Maghfur, M.Ag.
NIP. 197305062000031003

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor 158 Tahun 1987

Nomor 0543b // UU / 1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan hurufan dari abjad yang satu abjad yang lain. Transliterasi Arab latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem kosonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab yang dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagaian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transeliterasinya dengan huruf latin.

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi konsonan

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Lain	Nama
1.	أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2.	ب	Ba	B	Be
3.	ت	Ta	T	Te
4.	ث	Sa	ṡ	Es (dengan titik diatas)
5.	ج	Jim	J	Je
6.	ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
7.	خ	Kha	Kh	Ka dan ha
8.	د	Dal	D	De
9.	ذ	Zal	Ż	Zet (dengan titik

				diatas)
10.	ر	Ra	R	Er
11.	ز	Zai	Z	Zet
12	س	Sin	S	Es
13.	ش	Syin	Sy	Es dan ye
14.	ص	Sad	ṣ	Es (dengan titik bawah)
15.	ض	Dad	ḍ	De (dengan titik bawah)
16.	ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik bawah)
17.	ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
18.	ع`	‘ain	‘	Koma terbalik (diatas)
19.	غ	Gain	G	Ge
20.	ف	Fa	F	Ef
21.	ق	Qaf	Q	Ki
22.	ك	Kaf	K	Ka
23.	ل	Lam	L	El
24.	م	Mim	M	Em
25.	ن	Nun	N	En
26.	و	Wau	W	We
27.	ھ	Ha	H	Ha
28.	ء	Hamzah	‘	Apostrof
29.	ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vocal rangkap atau *diftong.*

1. **Vocal Tunggal**

Vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliternya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transelitnya Vokal Tunggal

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	◌َ	Fathah	A	A
2.	◌ِ	Kasrah	I	I
3.	◌ُ	Dammah	U	U

2. **Vokal rangkap**

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transeliternya berupa gabungan huruf sebagai berikut :

Tabel 0.3: Tabel Transeliternya Vokal Rangkap

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	◌ْ..يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
2.	◌ْ..وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa

- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transeliternya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Tabel 0.4: Tabel Transeliternya Maddah

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	..ْيَ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
2.	..ِ.ى	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
3.	.ُ.و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

D. Ta'Marbuttah

Transliterasi untu ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah,dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalua pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterikan dengan "h".

   Contoh:

   - رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfãl/raudahtul atfãl
   - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnahaa al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
   - طَلْحَةْ Talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddaha tau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai *apostrof*. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital

seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ — Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِيمِ — Ar-rahmānir rahīm/ Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

PERSEMBAHAN

Bismilahirrahmanirrahim

Alhamdulillahhirrabbil'alamin, Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, nikmat, kesehatan, dan pertolongan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Di balik setiap proses yang panjang, rasa lelah, keraguan, dan perjuangan yang saya lalui, saya percaya bahwa Allah SWT selalu menghadirkan jalan terbaik pada waktu yang tepat. Dengan penuh rasa Syukur dan bangga, karya sederhana ini saya persembahkan kepada :

1. **Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Abdul Mukti dan Ibu Aminah**, Terimakasih atas kasih sayang yang tak pernah putus, doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah, serta segala pengorbanan yang telah diberikan dengan tulus tanpa mengharapkan balasan, terimakasih telah menjadi sumber kekuatan, semangat, dan motivasi bagi penulis untuk terus berjuang hingga mampu menyelesaikan skripsi ini, segala usaha, kerja keras, kepercayaan dan cinta Bapak dan Ibu berikan, semoga Allah SWT melimpahkan segala kesehatan, panjang umur, kebahagiaan, keberkahan serta membalas setiap pengorbanan dan kasih sayang Bapak dan Ibu dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.
2. **Kakak saya tercinta, Naili Marzuqoh, Suaminya M.Arizatul fata dan Keponakan saya tersayang Humaira Azzahra** Terimakasih telah memberikan doa, motivasi, dukungan dan bantuan sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikannya dengan penuh semangat dan tekad yang sangat besar demi bisa membanggakan kedua orang tua.
3. **Kakak saya tercinta, Ahmad Ridho Syakirin**, Terimakasih atas segala doa, waktu, perhatian dan yang selalu menjadi tempat penulis bercerita, berbagai keluh kesah, memberikan motivasi ketika rasa lelah dan putus asa datang, pengorbanan dan kasih sayangmu menjadi salah satu kekuatan terbesar yang membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. **Sahabat-sahabat saya**, Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis, serta doa, dukungan, semangat, canda tawa, serta kebersamaan yang selalu menguatkan ditengah berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. **Dosen Pembimbing Bapak Zulvi Romzul Huda Fuadi, M.H,** Terimakasih yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing saya selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap arahan, ilmu, masukan, kesabaran, serta motivasi yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Segala bimbingan dan

pengalaman yang Bapak berikan tidak hanya membantu saya dalam menyelesaikan skripsi, tetapi juga menjadi bekal yang sangat berharga untuk perjalanan saya ke depan. Semoga segala kebaikan dan senantiasa mendapat balasan terbaik dari Allah SWT serta selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah. Terima kasih atas segala jasa dan pengabdian yang telah diberikan.

6. **Bapak Abdul Hamid, M.A**. dan **Bapak Dr. Asep Suraya Maulana, M.H.I.**, selaku dosen penguji, saya mengucapkan terima kasih atas segala kritik, saran, dan masukan yang telah diberikan demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang Bapak berikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt.
7. **Kepada Diri sendiri,** Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak memilih menyerah, meskipun perjalanan menuju titik ini dipenuhi dengan rasa lelah, ragu, takut, dan berbagai tantangan yang tidak selalu mudah untuk dihadapi. Terima kasih karena tetap melangkah, meskipun terkadang langkah itu terasa begitu berat dan penuh air mata. Perjalanan menyelesaikan skripsi ini mengajarkan bahwa setiap proses memiliki cerita dan perjuangannya masing-masing. Ada hari-hari ketika semangat begitu tinggi, tetapi ada pula saat-saat dimana rasanya ingin berhenti dan menyerah. Namun, di tengah segala keterbatasan dan kesulitan, kamu tetap memilih untuk bangkit, mencoba lagi, dan percaya bahwa setiap usaha yang dilakukan tidak akan pernah sia-sia. Terima kasih telah belajar menerima kegagalan sebagai bagian dari proses, menjadikan kritik sebagai bahan untuk berkembang, serta terus percaya bahwa setiap langkah kecil yang dilakukan akan membawa pada tujuan yang lebih besar. Terima kasih telah berani keluar dari rasa nyaman, menghadapi ketidakpastian, dan tetap berjuang meskipun tidak selalu mendapatkan hasil sesuai harapan. Terima kasih karena telah mampu melewati kehilangan, kekecewaan, dan berbagai hal yang sempat menguras tenaga maupun perasaan, tanpa membiarkan semua itu menghentikan langkahmu untuk menyelesaikan tanggung jawab ini. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah. Semoga langkah-langkah berikutnya dipenuhi kemudahan, kebahagiaan, dan keberkahan dari Allah SWT. Perjalanan ini mungkin telah sampai disatu tujuan, tetapi impian dan harapanmu masih panjang. Teruslah melangkah, karena kamu telah membuktikan bahwa kamu mampu melewati hal-hal yang dulu terasa mustahil.

MOTTO

“Aku berutang sebuah pembuktian kepada diriku sendiri, bahwa segala lelah, air mata, dan keraguan ini tidak akan berakhir sia-sia.”

Fidiyatus Solikhah

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.”

QS. Al-Baqarah

ABSTRAK

Fidiyatus Solikhah 2026, Perlindungan Hukum Kepemilikan Konten Promosi dalam *E-Commerce*. Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Pembimbing M. Zulvi Romzul Huda Fuadi, M.H

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap kepemilikan konten promosi dalam kegiatan *E-Commerce* serta akibat hukum penggunaan konten promosi milik orang lain tanpa izin. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang relevan, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal dan pendapat ahli, serta bahan hukum tersier sebagai bahan pendukung. Analisis dilakukan secara kualitatif-normatif dengan menghubungkan ketentuan hukum dengan konsep hak cipta, perlindungan hukum dan penggunaan konten digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa konten promosi yang memenuhi unsur ciptaan dapat memperleh perlindungan hak cipta sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Penggunaan secara komersial tanpa hak atau izin dapat menimbulkan akibat hukum sesuai bentuk pelanggaran, termasuk tuntutan perdata dan mekanisme penyelesaian sngketa yang tersedia menurut hukum.

Kata kunci : Perlindungan Hukum , Konten, Promosi, dan *E-Commerce*

ABSTRACT

Fidiyatus Solikhah (2026), Legal Protection of Ownership Rights over *Promotion*al Content in *E-Commerce*. Undergraduate Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan; Supervisor: M. Zulvi Romzul Huda Fuadi, M.H.

This study aims to analyze the legal protection of ownership regarding *promotion*al content in *E-Commerce* activities, as well as the legal consequences of using another party's *promotion*al content without permission. The research employs a normative-juridical method utilizing both statutory and conceptual approaches. Primary legal materials consist of relevant laws and regulations; secondary materials include books, journals, and expert opinions; and tertiary materials serve as supporting references. A qualitative-normative analysis was conducted by correlating legal provisions with concepts of copyright, legal protection, and the use of digital content. The findings indicate that promotional content meeting the criteria for a "work" (creation) is eligible for copyright protection under applicable laws and regulations. Unauthorized or unlicensed commercial use may result in legal consequences depending on the nature of the infringement, including civil claims and dispute resolution mechanisms available under the law.

Keywords: Legal Protection, Content, Promotion, *E-Commerce*.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya , skripsi ini telah selesai. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. Maghfur, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan para wakil dekan serta jajaranya.
3. Bapak Khafid Abadi, M.H.I., selaku ketua prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Zulvi Romzul Huda Fuadi, M. H. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Abdul Hamid, M.A. selaku dosen penguji I dan Bapak Dr. Asep Suraya Maulana, M.H.I. selaku dosen peguji II, yang telah meluangkan waktu serta memberikan kritik, saran, dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.

6. Para Narasumber yang telah memberikan informasi dan membantu saya dalam memperoleh data yang diperlukan selama penelitian.
7. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, serta dukungan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat- sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 25 Oktober 2026

Fidiyatus Solikhah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**
NOTA PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **xii**
MOTTO ..... **xiv**
ABSTRAK ..... **xv**
ABSTRACT ..... **xvi**
KATA PENGANTAR ..... **xvii**
DAFTAR ISI ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Penelitian 4
D. Kegunaan Penelitian 4
E. Kerangka Teoritik 4
F. Penelitian yang Relevan 9
H. Sistematika Penulisan 12
BAB II LANDASAN TEORITIS **13**
A. Perlindungan Hukum 13
B. Hak Cipta 17
C. Teori Konten 23
D. Teori Promosi 22
BAB III PRAKTEK PERLINDUNGAN HUKUM KEPEMILIKAN KONTEN PROMOSI DALAM E COMERCE **30**
A. Gambaran Umum Perlindungan Hukum Kepemilikan Konten Promosi Dalam *E-Commerce* 30
B. Perlindungan Hukum terhadap Konten Promosi yang diberikan kepada Pelaku Usaha 35
BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KEPEMILIKAN KONTEN PROMOSI DALAM *E-COMERENCE* **40**

A. Perlindungan Hukum Kepemilikan Konten Promosi Dalam E Comerence 40
B. Akibat Hukum Penggunaan Konten Promosi Milik Orang Lain Dalam *E-Commerce* 51
BAB V PENUTUP 60
A. Kesimpulan 60
B. Saran.....61
DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN 68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet membawa perekonomian didunia memasuki babak baru yang lebih popular dengan istilah ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (E-Commerce)* sebagai media transaksi.[1]

Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *E-Commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi transaksi yang tidak langsung. *E-Commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen didunia virtual.

Sistem perdagangan yang dipakai dalam *E-Commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik ini dirancang mulai dari saat pembeli, pemeriksaan dan pengiriman.[2] Perkembangan teknologi informasi saat ini berdampak besar bagi dunia bisnis atau *E-Commerce*. Bisnis bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan adanya internet. Kelebihan berbisnis dari internet yaitu komunikasi yang menyeluruh dan interaktif, menyedikan pelayanan dan informasi yang sesuai dengan keinginan konsumen, serta menjalin kerja sama.[3]

Perkembangan bisnis *online* diseluruh dunia menunjukkan penggunaan *E-Commerce* diindonesia beberapa tahun belakangan juga mengalami perkembangan pesat. Hal ini bukti dari peluang bisnis *online* memiliki potensi besar dan peluang besar yang cukup baik untuk mendapatkan keuntungan dan pengembangan bisnis

---

[1] Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya, PT. Elex Media Komputindo*, Jakarta, 2001, 33.

[2] Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, VII.

[3] Eka Sudarmaji, *Digital Business*, (Probolinggo: CV.EUREKA MEDIA AKSARA), 1.

yangbervariatif.[4]

Pengertian *E-Commerce* sendiri adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen disatu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini memberikan dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu. Adanya kemajuan tersebut membuat para pelaku memanfaatkan sosial media sebagai perdagangan secara digital atau *E-Commerce*.

Dijadikannya sosial media sebagai perdagangan digital ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha bisnis berbondong-bondong menggunakan media sosial. Dengan berkonsumsi dalam bisnis, keuntungan yang besar dapat diraih oleh pelaku usaha sehingga meningkatkan hasil jualannya, sedangkan apabila tanpa berkonsumsi, konsumen tidak mengenal produk yang dijual oleh pelaku usaha tersebut.

Tiktok merupakan media sosial dengan penggunaan yang banyak saat ini sehingga trending untuk dijadikan bisnis *online.* Indonesia adalah salah satu negara berisikan konten video kemudian telah berkembang ditambahkan dengan adanya fitur berbelanja *online* yang dinamakan sebagai Tiktok *Shop*. Dengan adanya tiktok shop ini membuat banyak perbisnis menjadikan tiktok shop sebagai sarana untuk melakukan jual beli secara *online* dikarnakan tiktok memiliki pangsa pasar yang luas dan menjadi aplikasi yang sedang trending dikalangan masyarakat. Aplikasi tersebut menjadi tujuan agar terlangsungnya mengunggah berbagai video yang menggunakan tiktok *shop* dengan aplikasi tiktok. Dapat berlangsung berpindah kepada aplikasi lain untuk menuntaskan transaksi akan produk yang diingingkan. Kemudahan dalam aplikasi tiktok *shop* tersebut membuat konsumen meningkat, beberapa alasannya yaitu praktis, sistem pembayarannya mudah, waktu lebih efisien, serta terdapatnya promo ditawarkan dari aplikasi tersebut.

[4] Dicky Nofriansyah, Bisnis Online: *Strategi dan Peluang Usaha*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 1.

Namun diluar hal itu memanfaatkan teknologi internet dalam melaksanakan transaksi secara *online* juga memiliki efek negatifnya bagi konsumen, dikarenakan melakukan suatu pembelian dengan media *online* yang secara logis tidak bertemu secara kontak dapat memungkinkan terjadinya sesuatu kecurangan dan kelalaian yang menjadi aspek penting dimana harus dilakukan penindahan tegas karena cenderung merugikan konsumen.[5]

Prinsip utama dalam transaksi muamalah adalah kerelaan dan keadilan. Tindakan mengambil, menduplikasi, dan menggunakan konten promosi milik pihak lain tanpa izin demi kepentingan komersial secara tegas dilarang. Undang-undang Nomer 08 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK) dapat digunakan sebagai suatu pedoman dalam mengatur mengenai transaksi *online*, hal ini dikarenakan Undang-Undang perlindungan konsumen (UUPK) memiliki tujuan dalam mewujudkan bentuk perlindungan konsumen dimana mempunyai elemen kepastian hukum dan transparansi akan informasi serta akses dalam meraih sebuah informasi jika terjadi suatu permasalahan yang dialami konsumen agar suatu penyimpangan tidak terjadi dan tebentuk keseimbangan dari hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Secara keseluruhan penjelasan dari judul penelitian ini *"**Perlindungan hukum kepemilikan konten promosi dalam E-Commerce"*** adalah bagaimana *E-Commerce* telah mempengaruhi peningkatan pendapatan pada konten promosi yang akan diteliti.

B. Rumusan Masalah

Beberapa hal yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, agar mempermudah kajian penelitian lebih terarah serta menghasilkan hasil yang maksimal, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik konten tersebut?
2. Bagaimana akibat hukum penggunaan konten promosi milik orang lain?

---

[5] Khotimah, Cindy Aulia, and Jeumpa Crisan Chairunnisa. *"Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce).*" Busin ess Law Review. Volume One (2014): 5.

C. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik konten tersebut.
2. Untuk mendeskripsikan dan memahami akibat hukum penggunaan konten promosi milik orang lain.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan manfaat kepada pihak yang berkaitan, baik dari segi manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

1. Secara teoritis

   Penelitian ini diharapkan mampu membawa bahan informatif yang dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam ilmu hukum terutama pada perlindungan hukum kepemilikan bagi konten promosi.

2. Secara praktis

   Penelitian ini memberikan bahan referensi kepada Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan dan para pembaca sehingga dapat membantu pihak berkepentingan terutama terkait masalah perlindungan hukum dan akibat hukum bagi pihak pemilik tiktok yang masih awam dimasyarakat.

E. Kerangka Teoritik

1. Perlindungan hukum

   Sebagaimana termaksud dalam bunyi pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945, yang berbunyi “Negara Indonesia adalah Negara hukum”. Maka berdasarkan bunyi pasal tersebut dimaksudkan setiap penyelenggaraan negara Indonesia dalam segala bidang tidak boleh bertentangan dengan hukum yang berlaku ini. Hal ini di pertegas pula dengan ketentuan pasal 28D ayat 1 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 yang menyatakan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang

sama dimuka hukum".

Berpijak dari itu kemudian perlindungan hukum menjadi suatu yang esensial dalam kehidupan bernegara. Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon adalah suatu kondisi subjektif yang menyatakan hadiahnya keharusan pada diri sejumlah subjek hukum untuk negara memperoleh sejumlah sumber daya guna kelangsungan eksistensi subjek hukum yang dijamin dan dilindungi oleh hukum kekuatannya secara terorganisir dalam proses pengambilan keputusan politik maupun ekonomi khususnya pada distribusi sumber daya baik pada perangka individu maupun struktural.[6]

Perlindungan hukum haruslah menjadi tercermin dari berjalannya hukum, proses proses hukum dan akibat dilaksanakannya. Hal tersebut dapat dilihat dari keberagaman hubungan yang terjadi dimasyarakat. Hubungan antar masyarakat melahirkan hukum yang mengatur dan melindungi kepentingan dari masing-masing masyarakat. Dengan adanya kebergama hubungan hukum tersebut membuat para anggota masyarakat memerlukan aturan-aturan yang dapat menjamin keseimbangan agar dalam hubungan-hubungan itu tidak terjadi kekacauan-kekacauan didalam masyarakat.[7]

Hukum sebagai norma merupakan petunjuk untuk manusia dalam bertingkah laku dalam hubungannya dalam masyarakat. Hukum sebagai petunjuk yang harus diperbuat dan mana yang tidak. Hukum juga memberikan petunjuk mana yang tidak boleh, sehingga segala sesuatu dapat berjalan teratur. Hal tersebut dimungkingkan karena hukum memiliki sifat dan waktu mengatur tingkah laku manusia serta mempunyai ciri memerintah dan melarang begitu pula hukum dapat memaksa agar hukum itu dapat ditaati oleh anggota masyarakat. Menurut subekti, "Hukum tidak hanya mencari keseimbangan antara berbagai kepentingan yang bertentangan sama lain akan tetapi juga

---

[6] M. Hadjon Philipus, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 2

[7] CST. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2009), 40.

untuk mendapatkan keseimbangan antara tuntutan keadilan tersebut dengan Ketertiban atau kepastian hukum dalam masyarakat dan hukum itu harus pada keadilan yaitu asas-asas keadilan dari masyarakat itu. [8]

2. Hak Cipta

Hak cipta adalah hak eksekusif atau hak yang hanya dimiliki pencipta atau hak untuk mengatur penggunaan hasil karya atau hasil gagasan atau informasi tertentu. Pada dasarnya, hak cipta merupakan hak untuk menyalin suatu ciptaan atau hak untuk menikmati suatu karya secara sah. Mengingat hak eksekutif mengandung nilai ekonomis yang tidak semua orang bisa membayarnya, maka untuk adilnya hak eksekusif dalam hak cipta memiliki masa berlaku tertentu yang terbatas. [9]

Hak cipta merupakan salah satu macam benda bergerak tidak bertubuh,[10] yang mempunyai arti bahwasannya hak yang dapat dialihkan. Dalam prakteknya, hak cipta terkandung pengertian ide serta konsepsi yang dapat dipertahankan terhadap siapa yang menganggu dan dinegara-negara lain pun hak cipta dipandang sebagai properti (hak milik).[11] Dengan pengaturan tersebut menjadikan orang tidak perlu lagi meragukan status kebendaan hak cipta didalam benda. Dengan ini hak cipta merupakan hak atas benda yang dimiliki seseorang dengan kekuasaan untuk mempertahankan hak benda itu terhadap orang lain yang berniat buruk.

3. Akibat hukum

Akibat hukum adalah akibat yang diberikan oleh hukum atas suatu peristiwa hukum atau perbuatan dari subjek hukum.[12] Berdasarkan kamus besar Indonesia akibat memiliki arti sesuatu yang menjadi kesudahan atau hasil suatu peristiwa, persyaratan, atau keadaan yang mendahuluinnya. Menurut Jazim Hamidi kata dampak akibat hukum mengandung maksud akibat hukum

---

[8] De Bagus Rahmadi Supanca, *Kerangka Hukum dan Kebijakan Investasi Langsung di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006), 1.

[9] Haris Munandar & Sally Sitanggang, Op.Cit. 14.

[10] Gatot Supramono, *Hak Cipta dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta,2010) , 29.

[11] Shopar Maru Hutagalung, *Hak Cipta Kedudukan dan Peranannya di Dalam Pembangunan*, (Jakarta: Akademika Pressindo, 1994), 17.

[12] Marwan Mas, *Pengantar Ilmu Hukum*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2003, 39

secara langsung, kuat, atau eksplisit.[13] Dikenal tiga jenis akibat hukum, yaitu sebagai berikut :

1. Akibat hukum berupa lahirnya, berubahnya, atau lenyapnya suatu keadaan hukum tertentu;
2. Akibat hukum berupa lahirnya, berubahnya, atau layapnya suatu hubungan hukum tertentu;

4. Konten

Konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Yang digunakan untuk menampilkan sebuah konten yang dilakukan berbagai media salah satunya seperti Tiktok. Atau informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi sebagai komponen nilai tambah media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi beragam format dan informasi sebagai komponen nilai tambah media. [14]

Konten dimedia sosial memang ada yang bersifat positif maupun negative sangat disayangkan apabila banyak beberap konten yang memuat nilai negative dari pada positif. Disni khususnya remaja diharapkan bisa merancang ide mengenai konten media social yang positif khususnya yang bersifat edukatif, meskipun karakteristik media dapat dinilai melalui media social yang memiliki khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis lainnya. [15]

5. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Menurut A. Hamdani promosi merupakan salah satu variable dalam baruan pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produk kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen pembeli atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

---

[13] Jazim Hamidi, *Revolusi Hukum Indonesia: Makna, Kedudukan, dan ImplikasiHukum Naskah Proklamasi 17 Agustus 1945 dalam sistem ketatanegaraan RI, Konstitusi press & Citra Media*, Yogyakarta, 2006, 200

[14] Finy F. Basarah dan Gustina, *"Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial," Jurnal Abdi Masyarakat* 5, no. 2 (2020): 24.

[15] Azuna Vion Harnadi, *"Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran," Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan* 6, no. 4 (2017): 384.

Promosi ialah aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produknya sehingga mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi sangat penting dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan karena dengan adanya promosi konsumen atau pelanggaran akan mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang digunakan dan dibutuhkan. [16]

6. *E-Commerce*

E-Commerce merupakan suatu sistem perdagangan tradisional menjadi *electronic commerce* yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT(*Information and communication technology*), atau teknologi internet. [17] *Electronic commerce (EM)* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa dengan menggunakan *world wide web* internet atau proses jual beli atau pertukaran jasa dan informasi melalui

Jaringan informasi. [18] *Eccomerce* merupakan tramsaksi yang dilakukan secara elektronik salah satu media yang digunakan dalam *E-Commerce* adalah internet. Menurut karnawan (Jauhari) *E-Commerce* adalah salah satu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet teknologi berbasis jaringan digital sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah instusi (business to consumer) dan konsumen langsung, melawati kendali ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal dominan. [19]

---

[16] A. Hamdani , *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012) 125

[17] Sri Haryanti, Tri Irianto*, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk UsahaFashionStudi Kasus Omah Mode Kudus" Journal SpeedSentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, Vol.3 No.1 (November 2011), 10

[18] I Gusti Made Karmawan, *"Dampak Peningkatan Kepuasan Pelangan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon.com" ComTech,* Vol. 5 No.2 (Desember 2014),.749

[19] Jaidan Jauhari, *"Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan e- commerce" Jurnal Sistem Informasi* Vol. 2 No.1 (April 2010), .159-168.

F. Penelitian yang Relevan

Tabel 1.1

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi Nurma Haliza Diputri tahun 2023.	Sistem jual beli *flash* pada *eccomerce.*	Menambah jual beli *eccomerce* dan perlindungan hukum kepada konsumen.	Skripsi ini fokus mengenai pembelian dalam took *E-Commerce* ketika diadakan diskon produk tertentu maka pembeli harus trik agar barang yang diinginkan banyak pembeli yang dirugikan karena waktu jadi barang tersebut kehabisan produknya.
2.	Skripsi Faisal Sistavanda tahun 2022.	Tinjauan yuridis perlindungan hukum terhadap konsumen produk barang dan jasa melalui *E-Commerce* di tokopedia.	Skripsi ini membahas mengenai jual beli dalam *e commerce* dan perlindungan hukum kepada konsumen.	Perlindungan hukum kepada konsumen tentang pembelian barang *diE-Commerce* tertentu apabila terdapat konsumen yang tidak memenuhi kewajibannya, konsumen harus mencantumkan bukti yang ada jika penjual tidak memenuhi kewajibannya namun apabila pembeli tidak memiliki bukti yang valid maka penjual bisa mengajukan sengketanya.
3.	Skripsi Dio Rahmanullah tahun 2022.	Perlindungan hukum konsumen terhadap jual beli *online* (Shopee) hijab	Skripsi ini membahas mengenai jual beli dalam *E-Commerce* skripsi ini juga membahas mengenai perlindungan hukum kepada konsumen.	Perlindungan konsumen pada tindakan wanprestasi jual beli *online* (Shopee), pelaku usaha perlu dibenahi lagi, belum ada ketentuan yang mengatur, hanya untuk melindungi tahun 1999 karena pelaku usaha sulit dijangkau, peraturannya UU No 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik tidak ada peraturan dalam tindakan

				wanprestasi dalam transaksi *E-Commerce*, perbedaannya adanya contoh aplikasi yang berbeda.

G. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

   Jenis penelitian yang digunakan yaitu yuridis normatif, yang digunakan untuk meneliti dan mengkaji tentang hukum itu sebagai norma, asas hukum, aturan, doktrin hukum, teori hukum dan keputusan lainnya guna menjawab permasalahan hukum.

2. Pendekatan Penelitian

   Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang diteliti. Pendekatan koseptual digunakan untuk memahami konsep-konsep yang relevan dengan penelitian ini. [20]

3. Sumber Bahan Hukum

   Sumber bahan hukum utama dan sumber hukum sekunder digunakan sebagai sumber informasi hukum penelitian. informasi hukum tercantum dibawah ini:

   a. Bahan hukum primer

      Bahan hukum primer merupakan dokumentasi hukum resmi yang selanjutnya digunakan sebagai landasan hukum yang mengkaji bahan hukum primer ini yaitu :

      1) Undang-undang Nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
      2) Undang-undang Nomer 28 tahun 2014 tentang Hak cipta.

[20] Peter Mahmud Marzuki, 2013, "*Penelitian Hukum (edisi Revisi)",* Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 133

b. Undang-undang Nomer 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang Nomer 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

c. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang digunakan dalam kajian yang ada diantara yang memberikan penjelasan mengenai hukum primer, seperti rancangan undang-undang , hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum, dan pendapat para sarjana tentang fakta-fakta yang mereka perlakukan dan sebagai sarana untuk menjelaskan dokumen-dokumen hukum mendasar.

d. Bahan Hukum Tersier

Sebagai bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus maupun ensiklopedi.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian hukum ini dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier dan atau bahan non-hukum.[21] Penelusuran bahan hukum tersebut dapat dilakukan dengan membaca, melihat, mendengarkan, maupun penelurusan bahan hukum melalui norma-norma hukum positif, buku-buku hukum,doktrin atau ajaran hukum, pendapat para ahli hukum, buku-buku penelitian ilmiah hukum baik tercetak ataupun elektronik yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Metode Analisis Bahan Hukum

Proses paling vital dalam sebuah penelitin adalah analisis data. Hal ini dikarenakan dalam analisa inilah data yang diperoleh peneliti bisaditerjemahkan menjadi hasil yang sesuai dengan kaidah hukum.

[21] Aris Prio Agus Santoso, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum, Pustaka Baru Press*, Yogyakarta, 2022, 127.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu berupa interprestasi mendalam tentang bahan-bahan hukum sebagaimana lazimnya penelitian hukum normative. Selanjutnya hasil analisis tersebut akan peneliti hubungkan dengan permasalahan dalam penelitian ini untuk menghasilkan suatu penelitian obyektif guna menjawab permasalahan dalam penelitian. Setelah analisis data selesai maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif, yaitu dengan menuturkan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Dari hasil tersebut kemudian ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

H. Sistematika Penulisan

Pada rencana ini akan dilakukan penyusunan lebih komprehensif serta disajikan lebih variatif yang berbentuk karya ilmiah skripsi ini, yang selanjutnya akan menghasilkan lima bab, lebih jelasnya penulis akan menguraikan pada paragraf sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN Bab ini terdapat pendahuluan yang memuat mengenai latar belakang masalah,rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian yang relevan, kerangka teoritik, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS Bab ini berisi tentang membahas perlindungan hukum,konten,promosi dan *e-commers.*

BAB III HASIL PENELITIAN Bab ini merupakan pembahasan yang pada penulis mengkaji terkait dengan praktik.

BAB IV PEMBAHASAN PENELITIAN Bab ini berisikan dalam bab yang akan membahas tentang perlindungan hukum bagi pemilik hak cipta atas kontennya yang digunakan sebagai promosi iklan tanpa izin serta bagaimana akibat hukumnya yang perlu dirumuskan terkait hal tersebut.

BAB V PENUTUP Bab ini merupakan bagian akhir dalam penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai perlindungan hukum kepemilikan konten promosi dalam *E-Commerce*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik konten promosi dalam *E-Commerce*

   Perlindungan hukum terhadap pemilik konten promosi dalam *E-Commerce* dapat diberikan melalui ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sepanjang konten tersebut memenuhi persyaratan sebagai ciptaan yang dilindungi. Konten promosi berupa foto, video, desain grafis, dan tulisan dapat memperoleh perlindungan sesuai dengan kategori ciptaannya. Hak cipta memberikan perlindungan terhadap hak moral dan hak ekonomi pencipta atau pemegang hak cipta. Hak moral berkaitan dengan pengakuan dan hubungan pencipta dengan ciptaannya, sedangkan hak ekonomi berkaitan dengan kewenangan memperoleh manfaat ekonomi dari penggunaan ciptaan. Berdasarkan konsep perlindungan hukum Philipus M. Hadjon, perlindungan terhadap pemilik konten promosi dapat dibedakan menjadi perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif dapat dilakukan melalui pemahaman mengenai hak cipta, penyimpanan bukti penciptaan dan publikasi, pencantuman identitas atau watermark, serta pencatatan ciptaan sebagai langkah pendukung pembuktian. Adapun perlindungan represif dapat ditempuh melalui pelaporan pelanggaran kepada platform digital, penyelesaian sengketa secara damai, serta upaya hukum melalui mekanisme perdata atau pidana sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, perlindungan hukum tidak hanya berkaitan dengan

pengakuan hak atas konten, tetapi juga mencakup tersedianya mekanisme untuk mempertahankan dan memulihkan hak yang dilanggar.

2. Akibat hukum penggunaan konten promosi milik orang lain dalam *E-Commerce*

Penggunaan konten promosi milik orang lain tanpa izin dapat menimbulkan akibat hukum apabila tindakan tersebut memenuhi unsur pelanggaran hak cipta. Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta melarang penggandaan atau penggunaan ciptaan secara komersial tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta. Oleh karena itu, tindakan mengambil, menggandakan, mengunggah kembali, atau menggunakan konten promosi milik pihak lain untuk kepentingan komersial perlu dinilai berdasarkan status perlindungan ciptaan, kepemilikan hak, bentuk penggunaan, serta ada atau tidaknya izin yang sah.Akibat hukum yang dapat timbul meliputi pertanggungjawaban perdata berupa penghentian penggunaan konten dan tuntutan ganti rugi apabila persyaratan hukumnya terpenuhi. Selain itu, pertanggungjawaban pidana dapat diterapkan apabila perbuatan tersebut memenuhi unsur tindak pidana yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Kerugian yang dialami pemilik konten, seperti penurunan penjualan, hilangnya potensi keuntungan, dan terganggunya reputasi usaha, perlu dianalisis berdasarkan bukti serta hubungan sebab akibat dengan tindakan yang dilakukan. Dengan demikian, penggunaan konten promosi milik orang lain tanpa izin berpotensi menimbulkan konsekuensi hukum bagi pelaku sekaligus memberikan dasar bagi pemilik hak untuk memperjuangkan pemulihan haknya melalui mekanisme hukum yang tersedia.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan saran sebagai berikut.

1. Bagi pelaku usaha dan pemilik konten promosi

Pelaku usaha hendaknya meningkatkan pemahaman mengenai perlindungan hak cipta dan menghormati hak atas konten yang dibuat

oleh pihak lain. Penggunaan foto, video, desain grafis, maupun materi promosi milik orang lain sebaiknya dilakukan setelah memperoleh izin yang sah atau berdasarkan dasar penggunaan yang dibenarkan oleh hukum. Pemilik konten juga disarankan untuk menyimpan berkas asli, bukti tanggal pembuatan dan publikasi, serta dokumen perjanjian dengan pihak yang terlibat dalam pembuatan konten. Langkah tersebut dapat membantu memperkuat pembuktian apabila terjadi sengketa.

2. Bagi pemerintah dan aparat penegak hukum

   Pemerintah dan aparat penegak hukum diharapkan meningkatkan sosialisasi mengenai hak cipta, khususnya kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang memanfaatkan platform *E-Commerce* sebagai sarana pemasaran. Sosialisasi tersebut perlu mencakup bentuk ciptaan yang dilindungi, batas penggunaan karya milik pihak lain, cara menyimpan bukti kepemilikan, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Selain itu, penanganan dugaan pelanggaran perlu dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum dan memperhatikan hak para pihak agar tercipta kepastian hukum yang adil.

DAFTAR PUSTAKA

Indrajit Eko Richardus, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.

Prasetyo Teguh dan Halim Abdul Halim Barkatullah, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, VII.

Sudarmaji Eka, Digital Business, (Probolinggo: CV.EUREKA MEDIA AKSARA.

Nofriansyah Dicky, Bisnis Online: *Strategi dan Peluang Usaha,* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).

Chairunnisa Crisan Jeumpa and Aulia Cindy Khotimah, *"Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)." Busin ess Law Review*. Volume One (2014).

Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia,* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987).

Kansil CST. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2009).

Sapanca Rahmadi Bagus, *Kerangka Hukum dan Kebijakan Investasi Langsung di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006).

Haris Munandar & Sally Sitanggang, Op.Cit.

Gatot Supramono, *Hak Cipta dan Aspek-aspek Hukumnya,* (Jakarta: PT Rineka Cipta,2010).

Hutagalung Maru Shopar, *Hak Cipta Kedudukan dan Peranannya di Dalam Pembangunan,* (Jakarta: Akademika Pressindo, 1994).

Mas Marwan, *Pengantar Ilmu Hukum*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2003.

Hamidi Jazim, *Revolusi Hukum Indonesia: Makna, Kedudukan, dan ImplikasiHukum Naskah Proklamasi 17 Agustus 1945 dalam sistem ketatanegaraan RI, Konstitusi press & Citra Media,* Yogyakarta, 2006.

Gustina dan Basarah F. Finy *"Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial,"* Jurnal Abdi Masyarakat 5, (2020).

Harnadi VionAzuna, *"Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran,"* Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan 6, no. 4 (2017).

Hamdani A, Komunikasi Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2012).

Irianto Tri Haryanti Sri, *"Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk UsahaFashionStudi Kasus Omah Mode Kudus"* Journal SpeedSentra Penelitian Engineering dan Edukasi, Vol.3 No.1 (November 2011).

Krmawan Made Gusti I, *"Dampak Peningkatan Kepuasan Pelangan Dalam Proses Bisnis E- Commerce Pada Perusahaan Amazon.com"* ComTech, Vol. 5 No.2 (Desember 2014).

Jauhari Jaidan, *"Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan e- commerce"* Jurnal Sistem Informasi Vol. 2 No.1 (April 2010).

Marzuki Mahmud Peter, 2013, *"Penelitian Hukum (edisi Revisi)",* Jakarta, Kencana Prenada Media Group.

Santoso Agus Prio Aris, dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum, Pustaka Baru Press,* Yogyakarta, 2022.

Rahardjo Satjipto, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000).

Putra Wyas dan B. I. Rasjidi Lili, *Hukum Sebagai Suatu Sistem,* (Bandung: Remaja Rusdakarya, 1993).

Neltje Jeane & Irfan Muhammad, *Perlindungan Hukum Preventif dan Represif terhadap Perbuatan Plagiarisme Ciptaan Lagu atau Musik. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial,* Vol.10 No.4, 2023, 1689, diakses dari https://www.sumbaflorist.com/http-jurnal.um pada tanggal 5 September 2024 pukul 08.30 WIB.

Anak Agung Ayu Gayatri, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, dan Luh Putu Suryani, "Perlindungan Hukum Atas Hak Kekayaan Intelektual Karya Seni Musik Gamelan Bali," Jurnal Preferensi Hukum, Vol. 2, No. 2 (2021).

Dkk Gayatri Ayu Agung Anak, *Perlindungan Hukum Ats Hak Kekayaan Intelektual Karya Seni Musik Gamelan Bali. Jurnal P referensi hukum,*

Vol. 2 No.2, 2021, diakses dari
https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/3340 ,
373, Pada tanggal 8 September 2024 pukul 09.40 WIB

Pasal 40 ayat (2b) *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952).*

D G D, Arini & Budiartha, M.N, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Pemilk Hak Cipta Musik Dan Lagu Dalam Pembayaran Royaliti Oleh Yayasan Karya Cipta Indonesia.* Jurnal Interprestasi Hukum, Vol.2 No.1, 2021, hlm 91, diakses dari https://www.ejournal.warmade wa.ac.id/index.php/juinhum/article/view/311 , 89-94, pada tanggal 5 September 2024 Pukul 10.01 WIB.

Hidayah Khoirul 2017, *Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual* (Jatim: Setara Press).

Saidin Ok, 2015 *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).

Dkk, Tiyas Maheni, 2014.*Analisis Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bentuk-Bentuk Pelangggaran Hak Cipta Dan Sanksinya Menurut Undang – Undang Hak Cipta N0.19 Tahun 2002 Terhadap Karya Desain Mahasiswa Desain Grafis.*Jakarta.Jurnal Epigram.

Sitorus Uswatun Ade, 2015, *"Hak Cipta Dan Perpustakaan"*, Jurnal Iqra' vol.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Pasal 5 UU No. 28 Tahun 2014.

Pasal 8 UU No. 28 Tahun 2014.

Kemendikbud KBBI, Go. Id. Di unduh pada 10 Oktober 2019.

Agesti Yelli, *Pengaruh Konten Video Dance K-Pop Di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance Di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-Pop Semarang,* (Universitas Lampung: 2018).

'Ulumuddin Ihya Irawan Dimas Dan Senoprabowo Abi, Widasari Evita Widasari,

, Perencanaan

Bahri Syabbul, *" Hukum Promosi Produk Dalam Prespektif Hukum Islam ",* Epistem, vol.8, No.1, 2013.

Hismendi, *" E-Commerce: model interaksi jual beli (studi pada pelaku interaksi jual beli melalui internet)",* Jurnal *marketing* Tata Niaga Politeknik Negeri Lhokseumawe 15 No.1 (2016).

Sunanto Andi, *Seluk Beluk E-Commerce* (Yogyakarta:Garailmu,2009).

Dkk Hartiwi Prabowo,"*Analisis kepercayaan dalam C2C E-Commerce terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap repurchase pada kaskus", Jurnal, Management Department School of Business Management*, BINUS University (2014).

Muttaqin Azhar, *"Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam".*

Aly Dasuki Ahmad & Hediana Runto, *"Transaksi Jual Beli online Perpektif Ekonomi islam", Jurnal fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon* (2013).

Kinanti Khomsa Apriliana, Sulistianingsih Dewi, "*Hak Karya Cipta Non Fungible Token (NFT) Dalam SudutPandang Hukum Hak Kekayaan Intelektual"*, Jurnal KRTH.

Septiovita Erma and Julianti Lis, *"Upaya Pemberian Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Akibat Tindakan Passing Off Terhadap Hak Merek Dagang dalam Sistem Hukum Merek di Indonesia."* Jurnal Advokasi 7.1 (2017).

Al et darnia Elpha Meriza*., "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital,"* JERUMI: Journal of Education Religion Human

Bernada Tetanoe, *"Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia,"* Jurnal Hukum dan Peradilan 6, (2017) ities and Multidiciplinary 1, (2023).

Dinata Kesuma Ruhly M, *Pengantar Ilmu Hukum* (Kotabumi: Sai Wawai Publishing, 2019).

MD Mahfud Moh, *Hukum Tata Negara pasca Amandemen Konstitusi, RajawaliPers, PT RajGrafindo Persada*, Jakarta, 2011.

Utami Visi Dwi Agia, *Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19, Medialog*: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2021.

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi, Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006.

Prasetyo Ilham ditya, *Perlindungan Hukum Terhadap Programer Komputer Dari Tindakan Pembajakan Menurut UU No. 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta (Kajian Terhadap Putu san Pengadilan Tinggi Nomor 56/pid.sus/2020/pt yyk)*, Jurnal Commerce Law, 2021.

Hadjon M. Philipus, *Pengantar hukum administrasi negara, Gajah Mada University Press, Yog yakarta,* 2011.

Handoyo Cipto Hestu, *Penegakan Hukum,* (Yogyakarta: Univ. AtmaJaya Yogyakarta, 2008).

Gultom Elisatris, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi perdagangan melalui media electronic commerce,* Jakarta: Ellips Media, 2009.

Fadlian Aryo, *PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA DALAM SUATU KERANGKA TEORITIS,* Jurnal Hukum POSITUM, Vol.5, No.2, Tahun 2020.

Huda Chairul, *Dari Tiada Pidana Tanpa Kesalahan Menuju Kepada Tiada Pertanggungjawaban Pidana Tanpa Kesalahan, Kencana Prenada Media*, Jakarta: 2006.

Cahaya Widya, *Tafsir Tahlili Al-Qur'an Dan Tafsir* (Jakarta: Departemen Agama, 2011).