

Perlindungan Hak Cipta Berita Online Terhadap Agregator Berita

Mohammad Supri*, Ahmadi Miru, Farida Patittingi, Harustiati A. Muin

Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin

* Corresponding author's e-mail: mohammad.supri021@gmail.com

Abstrak:

Electronic commerce sebagai salah satu tren di era globalisasi tidak hanya membuka potensi besar dalam penyebaran informasi, di lain sisi meningkatkan peluang penyalahgunaan khususnya pelanggaran Hak Cipta. Fenomena "free riding" atau penumpang gratis atas produk jurnalistik, khususnya berita online menjadi semakin tidak terkendali. Kehadiran agregator berita yang memanfaatkan informasi dari media massa menimbulkan permasalahan hukum karena ketidakjelasan letak muatan hak cipta atas produk jurnalistik. Doktrin kegunaan yang wajar dan pencantuman sumber artikel yang dijadikan pembenaran oleh agregator berita dalam menjalankan aktiuitasnya menimbulkan ambiguitas, utamanya dalam pembagian jenis berita aktual dengan jenis produk jurnalistik lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas dasar hukum hak cipta berita online dan mengetahui apakah praktik pengutipan dan pemanfaatan berita oleh agregator berita melanggar ketentuan Hak Cipta. Metode penelitian menggunakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hak cipta atas produk jurnalistik khususnya berita dilindungi menurut UU Hak Cipta dan pemanfaatan atau pengutipan oleh agregator berita merupakan bentuk pelanggaran atas Hak Cipta apabila digunakan untuk komersial. Menyebutkan sumber berita dalam artikel yang dikutip merupakan pemenuhan atas hak moral pencipta, namun tidak menghapus hak eksklusif lain yang dimiliki pencipta, yakni hak ekonomi.

Kata Kunci: Berita Online; Free Riding; Hak Cipta; News Aggregator; Perusahaan Pers

1. Pendahuluan

Kebutuhan informasi tidak hanya menjadi kebutuhan, lebih dari itu, informasi dapat menjadi komoditas yang cukup diperhitungkan. Dalam perkembangan dagang elektronik atau *electronic commerce*, informasi merambah dengan cepat dikarenakan sarana teknologi yang tersedia semakin maju. Informasi berbentuk berita merupakan salah satu jenis komoditas yang diminati khalayak. Hal ini dibuktikan melalui Survei perilaku pengguna internet di Indonesia yang diadakan oleh Asosiasi Pengelola Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia tahun 2017 lalu.¹ Data tersebut menempatkan aktivitas membaca berita menempati urutan ke tiga, setelah jenis konten media sosial dan hiburan.

¹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Dikutip pada laman resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI: https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf

Tingginya peruntukan dan perilaku membaca berita khususnya di dunia dalam jaringan (daring) membuka peluang terhadap penyediaan informasi yang lebih terencana dan berorientasi pada keuntungan ekonomi. Perusahaan pers sebagai perusahaan yang secara khusus memproduksi informasi berbentuk karya jurnalistik merupakan aktor dalam perkembangan dagang informasi. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers (UU Pers) menjelaskan bahwa Perusahaan pers merupakan perusahaan media yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan atau menyalurkan informasi.² Perusahaan pers baik media cetak, elektronik dan jenis saluran lainnya, menjadikan informasi sebagai komoditas, sehingga keuntungan ekonomi dan penyebaran informasi merupakan dua hal utama dalam keberlangsungan perusahaan pers.

Kegiatan jurnalistik melibatkan sumber daya dan modal yang cukup besar dalam aktivitas produksi informasi. Mulai dari pencarian, pengolahan sampai pengomunikasian kepada khalayak. Karena itu, media yang dikelola secara profesional tidak hanya terpusat pada proses produksi, lebih dari itu, juga berkaitan dengan kesejahteraan sumber daya manusia dan pengelolaan aset terencana. Perusahaan pers sebagai media yang menggantungkan sebagian besar keuntungan pada iklan berharap besar pada jumlah pembaca (*traffic*). Semakin banyak konsumen yang menjadi pembaca di media tersebut, semakin besar pula kesempatan untuk mendapatkan pengiklan. Dengan kata lain, jumlah pembaca menentukan popularitas media dan peluang keuntungan demikian pun capaiannya semakin besar. Hal tersebut sejalan dengan karakter media massa yang bersifat umum (*commonsense*), keserempakan pesan dan komunikasi satu arah (*one way communication*).³

Berbeda dengan metode konvensional. Seperti media cetak, siaran dan jenis saluran lainnya, media elektronik yang memanfaatkan teknologi daring memiliki manfaat yang lebih besar untuk pengiklan. Hasil yang didapatkan terukur dan secara sistematis mendatangkan manfaat langsung bagi pengiklan. Migrasi besar-besaran ke teknologi daring menjadi sebuah keharusan bagi industri informasi agar dapat bertahan yang awam disebut sebagai "konvergensi media". Alhasil, beberapa perusahaan media profesional mulai mentransformasikan produk informasi ke dunia digital sebagai sebuah upaya mengikuti perkembangan zaman dan langkah bertahan di industri informasi.

Di lain sisi, meningkatnya kebutuhan akan akses informasi membuka peluang penyalahgunaan di dunia jurnalistik. Praktik pelanggaran hak cipta menjadi hal yang tidak terhindarkan di dunia digital. Salah satu jenis pelanggaran terbesar dalam industri digital adalah kekayaan intelektual, khususnya menyangkut hak cipta. Perusahaan pers telah mengeluarkan modal besar untuk menghasilkan artikel berkualitas dan kredibel untuk khalayak. Potensi tersebut kemudian dilirik oleh sebagian pelaku ekonomi dunia digital, dengan memanfaatkan informasi sebagai komoditas yang bernilai ekonomi tinggi. Fenomena *free riding* atau penumpang gratis menjadi hal yang tidak asing dalam industri informasi. Praktik tersebut dikenal sebagai agregator berita atau *news aggregator* yang mirip dengan mekanisme peramban pada situs mesin pencari.

² Pasal 1 ayat (2) UU Pers

³ Dedi Kurnia. S.P (2012). "Media dan Politik, menemukan Relasi antara Dimensi Simbiosis Mutualisme media dan Politik." Graha Ilmu: Yogyakarta. Hlm. 12-13

Praktik yang dilakukan oleh agregator berita diminati oleh pengguna karena simplikasi atau penyederhanaan informasi. Jenis, kategori hingga cakupan berita dapat disesuaikan (*sort*) dan dibatasi (*filter*) sesuai keinginan.⁴ Di sisi pengelola media, hal tersebut dapat merugikan “kepentingan yang wajar” yang secara tidak langsung dapat merebut lalu lintas (*traffic*) pembaca bahkan dapat memengaruhi reputasi media tersebut. Hal ini berkaitan erat dengan “hak eksklusif” yang dimiliki oleh perusahaan media sebagai pencipta dari hak cipta produk jurnalistik.

Meski secara etika bisnis hal tersebut jelas merupakan pelanggaran, namun dalam aspek hukum, hal tersebut masih dipertanyakan. Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta) tidak menyebutkan dengan jelas perlindungan atas produk jurnalistik. Aspek penggunaan yang wajar (*fair use*) juga seringkali digunakan untuk membenarkan praktik pengutipan dan pemanfaatan produk jurnalistik. Kompleksitas pengaturan mengenai perlindungan hak cipta produk jurnalistik, keseimbangan antara doktrin “kegunaan yang wajar” dan hak pencipta untuk memperoleh manfaat ekonomi atas ciptaannya akan diuraikan dalam penelitian ini.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum normatif dengan menggunakan Pendekatan Perundang-Undangan (*statute approach*). Sumber data diperoleh melalui penelitian kepustakaan (*library search*) berupa buku; dokumen; laporan penelitian; Undang-Undang dan sumber-sumber ilmiah lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian yang dikaji.

3. Hak Cipta atas Berita

Kegiatan Jurnalistik sebagaimana dijelaskan menurut UU Pers meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. tahapan tersebut menjelaskan bahwa perusahaan pers mengeluarkan banyak modal dan usaha dalam menerbitkan produk jurnalistik.

Fakta dan ide adalah dua hal yang tidak dilindungi oleh hak cipta. Pada prinsipnya, ide dapat bermuatan hak cipta jika diwujudkan dengan medium nyata (*intangible medium*). Dalam perspektif jurnalistik, hal tersebut erat kaitannya dengan kegiatan produksi media massa. Berita merupakan konstruksi atas peristiwa dan fakta. Penceritera dan penggambaran yang berwujud berita baik melalui media cetak, elektronik dan saluran lainnya menjadikan berita memiliki hak cipta. Hal ini dikarenakan berita yang disajikan atas fakta peristiwa diaktualisasikan atas ide penulisnya dan diwujudkan melalui media nyata. Medium berita dapat melalui media cetak, elektronik dan saluran lain yang tersedia. Oleh karena itu, berita yang diproduksi oleh perusahaan pers merupakan karya yang bermuatan hak cipta.

⁴ *Sorting* adalah fitur agregator yang mengurutkan pencarian artikel berdasarkan relevansi dengan kata kunci, sedangkan *filtering* merupakan jenis pilihan yang hanya menampilkan artikel berdasarkan cakupan atau kekhususan kata kunci.

Meskipun berita merupakan ide penulis/pewartanya, terdapat pengecualian dalam perlindungan hak cipta atas berita. Pengecualian atas berita berlaku untuk "berita aktual" sebagaimana disebutkan dalam UU Hak Cipta Pasal 43 ayat (1) huruf b:

Pengambilan berita aktual, baik seluruhnya maupun sebagian dari kantor berita, Lembaga Penyiaran, dan surat kabar atau sumber sejenis lainnya dengan ketentuan sumbernya harus disebutkan secara lengkap.

Berita aktual didefinisikan sebagai berita yang diumumkan atau dikomunikasikan kepada publik dalam waktu 3x24 jam sejak pertama kali dikomunikasikan kepada publik.⁵ Pasal tersebut merupakan pengejawantahan atas ketentuan Konvensi Berne 1971:⁶

The protection of this Convention shall not apply to news of the day or to miscellaneous facts having the character of mere items of press information.

Pengecualian ini diperuntukkan guna memenuhi kebutuhan khalayak atas akses informasi aktual. Meski demikian, UU Hak Cipta terbaru memiliki perluasan durasi dari UU sebelumnya. UU Hak Cipta sebelumnya mendefinisikan durasi berita aktual selama 2x24 jam, berbeda dengan UU Hak Cipta terbaru yang memperpanjang pembenaran atas pengutipan berita aktual setelah diumumkan kepada publik selama 3x24 jam. Terdapat miskonsepsi antara UU Hak Cipta dengan Konvensi Berne 1971. Penafsiran atas redaksi "news of the day" sebagai berita aktual dapat berarti berita yang dikomunikasikan kepada publik pada hari bersamaan. Keaktualan berita dapat diartikan memiliki nilai kebaruan, terkini dan kejadian yang terjadi pada hari itu.

Pengecualian berita aktual bagaimanapun tidak mencakupi jenis berita lainnya. Liputan atas pemberitaan tidak hanya bersifat aktual, lebih dari itu, sebagian besar komoditas berita juga memiliki nilai kesusastraan, seperti berita investigasi, *in-depth* atau jenis karya jurnalistik *feature* lainnya. Mengenai definisi produk jurnalistik tidak disebutkan secara tegas dalam UU Hak Cipta. Hanya berita aktual yang disebutkan secara jelas definisi dan penjelasannya. Hal ini mengundang pertanyaan lain. Bagaimana dengan karya jurnalistik yang lain berupa berita dan tulisan atau artikel jurnalistik? Dapatkah dilakukan penafsiran atas karya tulis sebagai produk berupa tulisan yang bernilai jurnalistik?

UU Hak Cipta umumnya melindungi karya di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Rincian jenis karya tersebut disebutkan dalam UU Hak Cipta, berupa:⁷

- a. Buku, pamflet, perwajahan karya tulis yang diterbitkan, dan semua karya tulis lainnya;
- b. Ceramah, kuliah, pidato dan ciptaan sejenisnya;
- c. Alat peraga yang dibuat untuk tujuan pendidikan dan ilmu pengetahuan;
- d. Lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks;
- e. Drama, drama musical, tari, koreografi, pewayangan dan pantomim;
- f. Karya seni rupa dalam bentuk seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase;
- g. Karya seni terapan;
- h. Karya arsitektur;
- i. Peta;
- j. Karya seni batik atau seni motif lain;

⁵ Penjelasan Pasal 43 ayat (1) huruf b

⁶ Article 2(8) Berne Convention for The Protection of Literary and Artistic Works 1971

⁷ Pasal 40 UU Hak Cipta

- k. Karya fotografi;
- l. Potret;
- m. Karya sinematografi;
- n. Terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil transformasi;
- o. Terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- p. Kompilasi ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan program computer ataupun media lainnya;
- q. Kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompiulasi tersebut merupakan karya yang asli;
- r. Permainan video; dan
- s. Program komputer.

Dalam Pasal tersebut, tidak disebutkan jenis karya jurnalistik secara jelas. Hal ini dapat berarti bahwa jenis karya yang disebutkan tidak terbatas atau bersifat limitatif berdasarkan bunyi pasal. Jenis karya yang disebutkan membuka peluang untuk dilakukan interpretasi. Redaksi “mencakupi, meliputi, termasuk atau seperti” memiliki makna luas, tidak bersifat limitatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa daftar ciptaan sebagaimana disebut dalam UU Hak Cipta tidak terbatas sesuai dengan kategori ciptaan sebagaimana disebutkan, melainkan hanya sebagai contoh atau petunjuk untuk perancang perundang-undangan.⁸

Karya jurnalistik disebutkan secara terpisah dalam rincian 19 jenis karya tersebut. Karya tersebut harus dipandang sebagai bagian yang berdiri sendiri, berbeda namun tidak terpisah dari nilai jurnalistiknya. Sebagai contoh; karya fotografi yang diproduksi sebagai materi pendukung berita, harus ditafsirkan sebagai sebuah karya tersendiri, terpisah dari artikel berita yang seyogyanya bermuatan jurnalistik. Berita sebagai sebuah produk, dapat ditafsir sebagai karya tulis lainnya. Adapun penjelasan mengenai karya tulis lainnya, dijelaskan dalam UU Hak Cipta antara lain, *naskah kumpulan puisi, kamus umum dan harian umum surat kabar*.⁹ Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan, bahwa berita sebagai karya jurnalistik merupakan karya cipta yang dilindungi dalam UU Hak Cipta.

4. Perusahaan Pers sebagai Pemegang Hak Cipta Karya Jurnalistik

Berita sebagai salah satu produk utama dalam kegiatan jurnalistik merupakan hasil dari kerja kolektif. Perusahaan pers sebagaimana disebutkan dalam UU Pers dalam menjalankan kerja-kerja profesional di bidang jurnalistik didukung sumber daya manusia yang memiliki tupoksi sesuai dengan tugas dan fungsinya dalam pemberitaan. Adapun struktur dalam perusahaan pers, utamanya dalam lingkup keredaksian dapat dibagi sebagai berikut:¹⁰

- a. Pemimpin Umum/Redaksi
- b. Redaktur Pelaksana
- c. Redaktur
- d. Reporter/Koresponden

⁸ Borsch, Arpad. 1986, *“The Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Work from 1886 to 1986 Geneva. The International of Bureau Intellectual property*. RR. Bowker: New York. hlm 12., dalam Eddy Damian. (2005) *“Hukum Hak Cipta”*, PT. Alumni: Bandung, hlm. 134

⁹ Penjelasan Pasal 18 UU Hak Cipta

¹⁰ Samsul Wahidin. (2011). *Hukum Pers*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta. Hlm. 124

Dari aspek struktur keorganisasian, perusahaan pers tidak hanya terpaut pada aspek keredaksian, juga didukung oleh bidang usaha. Jaringan usaha meliputi bagian pengelolaan, produksi dan iklan yang juga menjadi bagian tak terpisahkan, bahkan menjadi bagian yang amat penting dari kinerja keredaksian dengan fungsi untuk menjaga kelangsungan hidup penerbitan.¹¹

Bagian-bagian dalam tubuh keorganisasian perusahaan pers tersebut bergerak secara kolektif. Keredaksian bertugas dalam melakukan kegiatan jurnalistik, proses produksi dan pengolahan bahan hingga menjadi produk yang layak untuk dikomunikasikan kepada khalayak. Meskipun tiap-tiap perusahaan pers memiliki struktur dan penamaan jabatan yang berbeda, namun secara umum, struktur di atas digunakan sebagaimana besar media di Indonesia. Hal ini menjelaskan bagaimana proses kerja jurnalistik yang melibatkan sebagian besar sumber daya dalam wilayah keredaksian.

Pencarian dan pengolahan materi reportase yang melibatkan seluruh jaringan keredaksian diperoleh melalui proses yang panjang. Mulai tahapan rapat redaksi atau perencanaan liputan, sampai tahap pengomunikasian kepada khalayak. Bagian-bagian tersebut merupakan tahapan yang terencana. Redaktur menugaskan reporter untuk meliput, kemudian reporter tersebut mencari dan mengumpulkan hal-hal yang diperlukan. Ketika tulisan sampai di meja redaktur, dilakukan penilaian, mengenai kelayakan berita untuk dimuat.¹² Proses tersebut menunjukkan bahwa produk jurnalistik merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan pers. Dalam artian, produk yang dibuat secara bersama-sama karena hubungan kerja, maka pencipta dan pemegang hak cipta atas ciptaan tersebut adalah Perusahaan pers.

Mengenai ciptaan yang terdiri dari satu orang atau lebih atau ciptaan yang dibuat secara bersama-sama, dijelaskan dalam pasal berikut:

Pasal 33

- (1) *Dalam hal Ciptaan terdiri atas beberapa bagian tersendiri yang diciptakan oleh 2 (dua) Orang atau lebih yang dianggap sebagai Pencipta yaitu Orang yang memimpin dan mengawasi penyelesaian seluruh Ciptaan.*
- (2) *Dalam hal Orang yang memimpin dan mengawasi penyelesaian seluruh Ciptaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak ada, yang dianggap sebagai Pencipta yaitu Orang yang menghimpun Ciptaan dengan tidak mengurangi Hak Cipta masing-masing atas bagian Ciptaannya.*

Pasal 34

Dalam hal Ciptaan dirancang oleh seseorang dan diwujudkan serta dikerjakan oleh Orang lain di bawah pimpinan dan pengawasan Orang yang merancang, yang dianggap Pencipta yaitu Orang yang merancang Ciptaan.

Dalam hubungannya dengan jurnalistik, yang dianggap sebagai pencipta dalam produk jurnalistik adalah Perusahaan Pers. Semua ciptaan yang dibuat berdasarkan hubungan kerja dan diumumkan, didistribusikan dan diinformasikan pada khalayak oleh badan hukum tempat pencipta bekerja, maka badan hukum tersebut dianggap Pencipta.

¹¹ Op.cit. hlm.135

¹² Hikmat.K, Purnama. K. (2012). "Jurnalistik. Teori dan praktik." Remaja Rosdakarya: bandung, Hlm.

Pasal 36

kecuali diperjanjikan lain, pencipta dan pemegang hak cipta atas ciptaan yang dibuat dalam hubungan kerja atau berdasarkan pesanan yaitu pihak yang membuat ciptaan

Pasal 36

kecuali diperjanjikan lain, pencipta dan pemegang hak cipta atas ciptaan yang dibuat dalam hubungan kerja atau berdasarkan pesanan yaitu pihak yang membuat ciptaan.

Ketentuan di atas pada kenyataannya lebih banyak diadopsi oleh perusahaan pers. Dalam perjanjian kerja, untuk produk yang dibuat dalam hubungan kerja, hak cipta atas ciptaan berupa produk jurnalistik dipegang oleh perusahaan. Bagir Manan, Pakar pers dan Ketua Dewan Pers Periode 2013-2016 berpendapat bahwa Perusahaan pers adalah pemegang hak cipta atas karya jurnalistik. Kegiatan jurnalistik melahirkan hak cipta atas dua kepentingan, wartawan dan media.¹³ Sebagai suatu hak atas kebendaan hak material yang tidak berwujud, pengaturan hak cipta tunduk dalam satu sistem hukum yang terkait dengan substansi hukum yang lain. Subjek hak cipta tidak hanya pribadi, perorangan, tetapi bisa juga berupa badan hukum. Konsekuensi dari hal tersebut, maka hak cipta dapat beralih dengan cara lain, sesuai dengan aturan-aturan yang termuat dalam bidang hukum yang lain, yang berada dalam satu sistem hukum.¹⁴

5. Hak Eksklusif Perusahaan Pers atas Pemberitaan

Perusahaan pers sebagai pemegang hak cipta atas karya jurnalistik memiliki hak eksklusif atas produk yang diterbitkannya. Hak tersebut menyangkut hak ekonomi dan hak moral. Hak ekonomi merupakan hak eksklusif yang dimiliki pencipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi dari ciptaannya, sedangkan hak moral berkaitan dengan reputasi yang melekat secara abadi pada pencipta. Berdasarkan UU Hak Cipta, hak ekonomi adalah hak eksklusif pencipta untuk melakukan: penerbitan ciptaan; penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya; penerjemahan ciptaan; pengadaptasian, pengaransemenan atau pentransformasian ciptaan; pendistribusian ciptaan atau salinannya; pertunjukan ciptaan; pengumuman ciptaan; komunikasi ciptaan; dan penyewaan ciptaan.¹⁵ Berbeda dengan hak ekonomi, hak moral adalah hak pencipta untuk tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan dengan pemakaian ciptaan untuk umum; menggunakan nama samaran; mengubah ciptaan; mengubah judul dan anak judul ciptaan dan mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi ciptaan, modifikasi ciptaan atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.¹⁶

Dalam hubungannya dengan pemanfaatan karya jurnalistik, perusahaan pers sebagai pemegang hak cipta berhak untuk memperoleh manfaat ekonomi atas produk jurnalistiknya. Perusahaan pers berhak untuk mengumumkan, memberikan izin bahkan melarang pihak lain memanfaatkan produknya untuk digunakan secara komersial. Pemanfaatan produk jurnalistik dapat dibenarkan selama diizinkan oleh

¹³ Dikutip dari media tempo.co, pada laman <https://nasional.tempo.co/read/331794/jurnalis-tak-punya-hak-cipta-tetapi-punya-hak-moral>, diakses Jumat, 8 februari 2019

¹⁴ O.K. Saidin. (2015). "Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property right*)". Raja Grafindo Persada: Jakarta. Hlm. 202

¹⁵ Pasal 19 ayat (1) UU Hak Cipta

¹⁶ Pasal 5 ayat (1) UU Hak Cipta

pemegang hak cipta atau terbatas pada pemanfaatan untuk kegunaan yang wajar. Pembatasan perlindungan atas hak ekonomi terbatas pada;¹⁷

- a. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- b. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- c. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan
- d. suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Demikian halnya dengan hak moral, terpenuhinya syarat atas pemanfaatan ekonomi ciptaan bagaimanapun tidak mengabaikan hak moral. Dalam pemberitaan, nama penulis atau pencipta dari produk jurnalistik harus dicantumkan. Pada umumnya, perusahaan pers tetap mencantumkan nama atau identitas pewarta atas berita yang dimuat. Beberapa media bahkan mencantumkan nama editor atau kurator pada berita yang dirilisnya.

6. Pemanfaatan Berita oleh Agregator Berita

Agregator berita merupakan sebuah rangkaian sistem yang menampilkan berita dari berbagai sumber ke dalam sebuah tampilan sederhana. Sistem tersebut dikurasi berdasarkan keinginan pengguna untuk menampilkan jenis informasi sesuai dengan keinginan (*user curated*). Mekanisme agregator berita serupa dengan mesin pencari, namun lebih spesifik menampilkan fitur pencarian artikel dan berita. Agregator berita umumnya menggunakan laman website untuk menyajikan informasi kepada pengguna. Saat ini, agregator berita mulai memasuki pasar aplikasi yang dikhususkan untuk telepon pintar (*smartphone*).

Pada tahun 2002, Google merilis fitur agregator berita yang terintegrasi dengan mesin peramban yang dikenal sebagai *Google News*. Mesin pencari tersebut menyediakan akses untuk ribuan artikel berita yang dihimpun dari berbagai media. Salah satu sumber yang paling banyak dikutip berasal dari AFP (*Agence France Presse*) sebuah Perusahaan pers profesional. Konten yang disediakan AFP diperuntukkan dalam menghasilkan berita berlisensi kepada media-media lokal. Karena hal tersebut, AFP mengajukan gugatan pelanggaran hak cipta atas tindakan yang dilakukan Google. Kasus tersebut diselesaikan dengan perjanjian, AFP memberikan lisensi kepada google untuk menerbitkan berita dan karya fotografinya dengan memperoleh manfaat ekonomi dari layanan yang disediakan oleh google news.¹⁸

Peristiwa hukum antara Google dan AFP tersebut merupakan contoh pemanfaatan hak ekonomi atas karya jurnalistik oleh agregator berita. Pemanfaatan produk dari perusahaan pers harus mempertimbangkan tidak hanya hak moral atas ciptaan. Praktik pengutipan berita dengan mencantumkan sumber asli dalam artikel tidak serta merta membebaskan pengutipnya dari pelanggaran hak cipta. Beberapa kasus serupa

¹⁷ Pasal 26 UU Hak Cipta

¹⁸ Kimberly Isbell. (2010). *The Rise of the News Aggregator: Legal Implication and Best Practices*. The Berkman Center for Internet & Society: Harvard University. Hlm 4-5

pernah dialami oleh perusahaan pers dan pengelola agregator berita antara lain: *Associated Press V All Headline News, Gatehouse Media V. New York Times Co.* Hal tersebut menjelaskan bagaimana praktik pemanfaatan konten jurnalistik oleh agregator berita rentan penyalahgunaan atas karya bermuatan hak cipta.

Salah satu permasalahan dalam hak cipta atas berita berkaitan dengan substansi berita sebagai pemaparan atas fakta. Berbeda dengan jenis ciptaan lain yang dilindungi, berita memaparkan tentang fakta yang secara esensial merupakan hal yang tidak dilindungi hak cipta. Dalam ketentuan hak cipta di Eropa, dikenal doktrin "*sweat of brow*". Meskipun keberadaan doktrin tersebut tidak diakui oleh pengadilan, namun doktrin tersebut menggambarkan bagaimana fakta dalam berita tidak dilindungi, namun ciri khas lain, berupa deskripsi dan cara penggambaran fakta dari penulisnya, yang menjadi ciri khas dari fakta tersebut sehingga berita dianggap bermuatan hak cipta.

*Sweat of the brow doctrine is a principle of copyrights law that is not in use now. According to the principle, copyrights are meant to protect and reward the efforts of an author. The rationale of the doctrine was that copyright was a reward for the hard work that went into compiling facts. This principle was rejected by the U.S Supreme Court in Feist Publ'ns, Inc. v. Rural Tel. Serv. Co., 499 U.S. 340 (U.S. 1991), where the court held that it is originality, not effort, that is the basis of copyright protection.*¹⁹

Berdasarkan penilaian tersebut, dapat dimaknai bahwa informasi yang dimiliki seorang pewarta tidak dilindungi berdasarkan ketentuan hak cipta. Doktrin tersebut dalam negara penganut sistem hukum *common law* dikenal dengan Hak Moral. Meskipun dalam aspek pemaknaan, doktrin tersebut bermakna lebih luas. Seorang pewarta berhak mengeksplorasi informasi atas data liputan investigasinya, namun tidak berhak untuk melarang orang lain untuk menggunakan fakta yang sama. Karena hal tersebut, jajaran redaksi media cenderung merahasiakan data-data tersebut sebelum diumumkan kepada publik (*redactional politics*). Adapun menurut UHC, artikel atau berita dari harian umum memiliki jangka waktu perlindungan hak cipta. Hak moral atas karya ciptaan bersifat abadi, sementara hak ekonomi memiliki batas waktu. Sebelum dapat digunakan secara leluasa oleh khalayak (*public domain*). Masa berlaku hak ekonomi produk jurnalistik berupa artikel, berita dan karya tulis lainnya adalah 70 tahun setelah pencipta meninggal dunia, sedangkan ciptaan yang dimiliki bersama dengan perusahaan pers berlaku selama 50 tahun sejak dilakukannya pengumuman.²⁰

Perusahaan pers berbasis media online umumnya mencantumkan ketentuan hak cipta atas pemanfaatan konten website terkait. Pernyataan hak cipta (*copyright notice*) yang dicantumkan pada laman media bertujuan untuk menegaskan ketentuan hak cipta. *Copyright notice* pada dasarnya dicantumkan oleh pengelola media online mengenai pembatasan dan tindakan yang berpotensi merugikan kepentingan yang wajar dari institusi media bersangkutan. Penjabaran dalam pernyataan tersebut terbatas pada hal-hal yang diperjanjikan sepihak antara perusahaan media online dengan khalayak atau pembacanya. Dicantumkan atau tidak pernyataan hak cipta pada laman media tidak mengurangi atau menambahkan ketentuan yang telah disebutkan dalam UU Hak Cipta.

¹⁹ Dikuti dari website Uslega.com, pada laman <https://definitions.uslegal.com/s/sweat-of-the-brow-doctrine/>, diakses pada Kamis, 28 Februari 2019

²⁰ Lihat Pasal 58 UU Hak Cipta

Pada dasarnya, larangan pemanfaatan produk jurnalistik terbatas pada muatan dasar ciptaan yang bersifat komersial atau berdasarkan doktrin kegunaan yang wajar dari pencipta. Dasar kegunaan yang wajar sering digunakan untuk membenarkan tindakan pemanfaatan atau pengutipan seluruh artikel berita. Kegunaan yang wajar memiliki kelemahan dalam tafsiran dan batasan penggunaan hak cipta. Hal ini disebabkan ketidakseimbangan pemanfaatan hak cipta dari pencipta dalam kaitannya dengan penyebaran ilmu pengetahuan dan perolehan hak ekonominya. Melalui *copyright act* 1976 yang ditetapkan kongres, Amerika Serikat memberikan 4 batasan penilaian terhadap kegunaan yang wajar. Empat kriteria yang dimaksud antara lain;²¹

1. *The purpose and character of the use*
2. *The nature of the copyrighted work;*
3. *The amount and substantiality of the portion used in relation to the copyrighted work as a whole;*
4. *The effect of the use upon the potential market for or value of the copyrighted work.*

Dalam kaitannya dengan perlindungan Hak Cipta di Indonesia, keempat kriteria tersebut memiliki bentuk yang sama sebagaimana dijabarkan dalam UHC sebagai berikut: (1) *Tujuan penggunaan;* (2) *Sifat dan muatan karya cipta;* (3) *Jumlah atau substansi yang digunakan;* dan (4) *kepentingan yang wajar dari pencipta.* Kriteria tersebut umumnya telah disebutkan dalam UHC, meskipun bentuk perlindungannya tidak ditujukan secara khusus untuk produk jurnalistik, melainkan perlindungan secara umum terhadap karya bermuatan hak cipta. Dalam perspektif produk jurnalistik, empat hal berkaitan dengan mekanisme pemanfaatan yang dibenarkan dapat dijabarkan sebagai berikut:

6.1. Tujuan Penggunaan

Larangan penggunaan secara komersial disebutkan dalam UU Hak Cipta, Pasal 43 huruf d menjelaskan "*Pembuatan dan penyebaran konten hak Cipta melalui media teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat tidak komersial dan/atau menguntungkan pencipta atau pihak terkait, atau pencipta tersebut menyatakan tidak keberatan atas pembuatan dan penyebaran tersebut.*" Penggunaan produk jurnalistik dapat dibenarkan sepanjang tidak bersifat komersial, memperoleh izin dari pencipta atau digunakan untuk kepentingan umum berupa kegiatan edukasi atau kegiatan sosial lainnya. Kriteria ini merujuk pada penggunaan ciptaan dapat dikualifikasikan sebagai kegunaan yang wajar. Penggunaan ciptaan untuk komersial atas produk berita merupakan pelanggaran hak cipta.

Agregator berita memperoleh sebagian besar pendapatan melalui iklan. Dengan memanfaatkan lalu lintas pengunjung. UU Hak Cipta menjelaskan bahwa Penggunaan Secara Komersial adalah pemanfaatan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi dari berbagai sumber atau membayar. Dalam konteks tersebut, walaupun informasi yang disediakan secara gratis, memperoleh pendapatan dari iklan merupakan perbuatan yang digolongkan sebagai penggunaan secara komersial.

6.2. Sifat dan Muatan

UU Hak Cipta mengecualikan pemanfaatan berita aktual dengan syarat sumbernya harus disebutkan secara lengkap. Dari aspek kemanfaatan adalah untuk memberikan

²¹ Robert,T, dkk. 2010. "The Law of Journalism & Mass Media". New York: MC.Grawhill. hlm.441.

informasi yang faktual kepada khalayak. Sifat dan muatan berita jika dibedakan menurut sifat dan muatannya, dapat digolongkan menjadi ciptaan yang ekspresif atau kreatif.

Berita aktual bersifat ekspresif, yakni penggambaran pewarta atas fakta peristiwa. Hal tersebut dapat digolongkan sebagai penggunaan secara wajar. Berbeda halnya dengan jenis berita lainnya, seperti berita *feature*, mendalam atau laporan investigasi yang bersifat kreatif. Penggambaran atas fakta tidak disajikan dengan data seadanya, melainkan melalui penggambaran yang bersifat persuasif, *intertain* dan mendalam. Jenis berita tersebut melibatkan kemampuan dan proses kreatif pewarta dalam meyakinkan opini pewarta atas konstruksi fakta tersebut. Hal tersebut menempatkan berita *feature*, *in-depth*, Investigatif dan sejenisnya sebagai karya bermuatan hak cipta, dan tidak dikategorikan sebagai penggunaan ciptaan secara wajar.

6.3. Jumlah Karakter dan Substansi

Ukuran dalam penggunaan ciptaan menurut UU Hak Cipta dapat digolongkan menjadi dua, yakni ukuran kualitatif (jumlah karakter) dan kuantitatif (substansi). Sekalipun sumber berita disebutkan secara lengkap, namun terdapat batasan jumlah karakter yang dapat digunakan. Agregator berita umumnya mengutip seluruh artikel berita tanpa mempertimbangkan jumlah karakter, bahkan substansi (*expressive content*) dalam berita. Pengecualian atas berita aktual, bagaimanapun membenarkan pengutipan keseluruhan artikel berita.

Sebelum penyempurnaan UU Hak Cipta terbaru, UU Hak Cipta terdahulu²² menggunakan ukuran kuantitatif dalam pemanfaatan ciptaan. Pasal 14 huruf a UU Hak Cipta tersebut mensyaratkan bahwa:

Pengutipan ciptaan pihak lain sampai sebanyak-banyaknya 10% (sepuluh persen) dari kesatuan yang bulat tiap ciptaan yang dikutip sebagai bahan untuk menguraikan masalah yang dikemukakan.

Jumlah karakter yang digunakan tersebut spesifikl ditujukan dalam ranah sastra, kepenulisan atau kepengarangan. Jumlah 10% tersebut bahkan masih lazim digunakan di ranah akademik, seperti hasil penelitian, tulisan ilmiah dan jenis laporan lainnya. Ketentuan tersebut kemudian mengalami perluasan dengan diterbitkannya perubahan atas bunyi pasal tersebut:²³

Penggunaan ciptaan pihak lain untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah dengan ketentuan tidak merugikan kepentingan yang wajar bagi pencipta.

Perubahan dalam UU tersebut juga mengubah jenis ukuran yang digunakan dari ukuran kuantitatif, menjadi ukuran kualitatif. Ukuran tersebut masih digunakan dalam ketentuan UU Hak Cipta terbaru, yakni penggandaan atau pengutipan ciptaan tersebut diukur berdasarkan ada tidaknya kerugian pencipta atas pemanfaatan karya ciptanya.

²² Undang-undang Nomor 6 tahun 1982 tentang Hak Cipta

²³ Undang-undang Nomor 12 tahun 1997 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 6 tahun 1982 Tentang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987

6.4. Kepentingan yang wajar bagi Pencipta

Sebagian besar Perusahaan pers memberikan syarat pemanfaatan atas berita dalam bentuk pernyataan hak cipta (*copyright notice*) dalam ketentuan khusus di media online. Pernyataan tersebut dapat diakses dan dibaca oleh pengguna dalam rangka pencegahan atas tindakan yang dapat merugikan kepentingan yang wajar dari media tersebut. Hal ini merupakan cerminan bagaimana pasal dalam ketentuan UU Hak Cipta dikonstruksi sebagai delik aduan. Selama pemanfaatan yang dilakukan agregator berita tidak merugikan pencipta, atau pencipta tidak keberatan atas penggandaan dan pemanfaatan yang dilakukan agregator berita, tindakan tersebut tidak digolongkan sebagai pelanggaran hak cipta.

Kepentingan yang wajar bersifat subjektif. Pemanfaatan atas berita oleh agregator berita dapat menguntungkan dan merugikan media bersangkutan. Analisis tentang untung rugi tersebut tidak dapat diukur oleh pihak lain, melainkan oleh internal perusahaan pers. Agregator berita dapat memberikan keuntungan bagi media bersangkutan, seperti meningkatnya jumlah trafik, menambah pengguna baru (*unique visitor*), atau hal tersebut tidak berdampak apapun, baik pada reputasi maupun produktivitasnya.

7. Upaya Agregator Berita dalam Menghindari Pelanggaran Hak Cipta

E-Commerce saat ini memanfaatkan era digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan ekonomi. Transaksi digital kian meluas dalam lingkup pengembangan aplikasi (*app development*). Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, pengguna aplikasi semakin meningkat. Agregator berita juga memasuki pasar aplikasi. Bahkan tidak sedikit dari aplikasi agregator berita yang mendapatkan suntikan dana sebagai perusahaan startup berprestasi.

Tahun 2017 lalu, Kementerian Informasi dan Komunikasi (KOMINFO) berencana akan menertibkan agregator berita. Temuan KOMINFO bersama dengan Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) mendapati sebagian besar agregator berita memanfaatkan berbagai berita dari laman media online di laman aplikasi agregator tersebut. Hal tersebut merupakan bentuk pemanfaatan yang melanggar ketentuan hak cipta dan bentuk persaingan yang tidak sehat antara pengelola agregator berita dan perusahaan pers di Indonesia.²⁴ Berdasarkan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informasi RI Nomor 36 Tahun 2016 Tentang Penyediaan Layanan Aplikasi dan/atau Konten Melalui Internet (*Over the Top*),²⁵ KOMINFO berhak untuk menutup layanan Aplikasi yang melanggar Peraturan Perundang-undangan. Hal ini menunjukkan bagaimana praktik pemanfaatan produk jurnalistik rentan terhadap penyalahgunaan dan pelanggaran terhadap Undang-Undang, khususnya pelanggaran ketentuan hak cipta.

²⁴ Dikutip dari Harian Nusantara, pada laman hariannusantara.com/pelaku-agregator-segera-ditertibkan. Diakses Kamis, 1 Maret 2019

²⁵ Layanan *Over the Top* adalah penyediaan semua bentuk informasi digital yang terdiri dari tulisan, suara, gambar, animasi, musik, video, film, permainan (game) atau kombinasi dari sebagian dan/atau semuanya, termasuk dalam bentuk yang dialirkan (streaming) atau diunduh (download) dengan memanfaatkan jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet.

Kimberly Isbell dan *Citizen Law Media* merumuskan praktik yang dapat ditempuh oleh pengelola agregator berita dalam melindungi kegiatannya dari pelanggaran hak cipta sebagai berikut:²⁶

- *Reproduce only those portions of the headline or article that are necessary to make your point or to identify the story. Do not reproduce the story in its entirety.*
- *Try not to use all, or even the majority, of articles available from a single source. Limit yourself to those articles that are directly relevant to your audience.*
- *Prominently identify the source of the article.*
- *Whenever possible, link to the original source of the article.*
- *When possible, provide context or commentary for the material you use.*

Dengan mempertimbangkan aspek *kepentingan yang wajar bagi pencipta*, agregator berita dapat menempuh langkah di atas. Langkah tersebut penting untuk menjaga hubungan saling menguntungkan antara agregator berita dan media bersangkutan. Perusahaan pers sebagai pemegang hak cipta atas produk jurnalistik berhak memperoleh royalti atas hasil ciptaannya. Agregator berita sebagai pihak yang memanfaatkan ciptaan dapat menggunakan metode yang menguntungkan media sumber artikel dengan mencantumkan tautan langsung (*direct link*) atau *back link* serupa dengan fitur sindikasi yang disediakan mesin pencari. Pemanfaatan yang berpotensi merebut lalu lintas pembaca dapat dikategorikan sebagai merugikan kepentingan yang wajar bagi pencipta.

Rumusan tersebut dalam skala pemanfaatan produk jurnalistik tidak serta merta membebaskan agregator berita dari pelanggaran hak cipta. Langkah terbaik adalah dengan menjalin kerja sama dengan Perusahaan pers atau media online. Berbagi manfaat ekonomi dari artikel berita atau produk jurnalistik lainnya dapat ditempuh dengan lisensi. Jenis perjanjian kerja sama ini diadopsi sebagian besar website atau aplikasi berbasis layanan media sosial (*social messaging*).

8. Penutup

Praktik agregator berita sangat rawan dengan pelanggaran hak cipta. Sewaktu-waktu, pengelola agregator dapat diklaim atas tuntutan pelanggaran UU Hak Cipta atau UU ITE. Dunia daring tidak hanya website, namun merambah ke *platform* pasar aplikasi seperti google play dan iOS. Penertiban agregator berita perlu direalisasikan dengan menerbitkan aturan sebagaimana digagas KOMINFO dan AMSI untuk menjamin kepastian hukum.

Di sisi lain, Perancang perundang-undangan akan menghadapi tantangan besar dalam merumuskan peraturan khususnya untuk layanan dan konten OTT. Mengingat jenis delik yang digunakan UU Hak Cipta berupa delik aduan yang berkait erat dengan aspek *kepentingan yang wajar bagi pencipta*, aspirasi dari pengelola media sangat penting. Tidak hanya perusahaan pers dan pengelola media. Kreator, blogger bahkan penulis lepas juga berpotensi untuk dimafaatkan ciptaannya oleh agregator berita. Bagaimana mengatur mekanisme pelaporan, item penilaian sampai tahap deteksi tindakan plagiasi serta akses database aplikasi menjadi tantangan dalam merumuskan aturan penertiban layanan agregator berita.

²⁶ *Op.cit*, Kimberly Isbell. Hlm. 20

Referensi

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Dikutip pada laman Kementerian Komunikasi & Informatika: https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf
- Berne Convention for The Protection of Literary and Artistic Works 1971.
- Dedi Kurnia. S.P (2012). "Media dan Politik, menemukan Relasi antara Dimensi Simbiosis Mutualisme media dan Politik." Graha Ilmu: Yogyakarta
- Dikuti dari website Uslegal.com, pada laman <https://definitions.uslegal.com/s/sweat-of-the-brow-doctrine/>, diakses pada Kamis, 28 Februari 2019
- Dikutip dari Harian Nusantara, pada laman hariannusantara.com/pelaku-agregator-segera-ditertibkan. diakses Kamis, 1 Maret 2019
- Dikutip dari Media tempo.co, pada laman <https://nasional.tempo.co/read/331794/jurnalis-tak-punya-hak-cipta-tetapi-punya-hak-moral>, diakses Jumat, 8 februari 2019
- Eddy Damian. (2005) "Hukum Hak Cipta", PT. Alumni: Bandung
- Hikmat.K, Purnama. K. (2012). "Jurnalistik. Teori dan praktik." Remaja Rosdakarya: bandung.
- Kimberly Isbell. (2010). *The Rise of the News Aggregator: Legal Implication and Best Practices*. The Berkman Center for Internet & Society: Harvard University.
- O.K. Saidin. (2015). "Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property right*)". Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Robert, T, dkk. (2010). "The Law of Journalism & Mass Media". MC.Grawhill: New York
- Samsul Wahidin. (2011). "Hukum Pers". Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 6 tahun 1982 Tentang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta.