

Penggunaan Audio Populer Suara Orang Lain Sebagai *Backsound* Video di Aplikasi Tiktok

Nizar Alwi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

nizaralwi88@gmail.com

Abstrak:

Penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi tiktok merupakan kegiatan menggunakan *backsound* dari video orang yang digunakan oleh pengguna tiktok lainnya dalam video di aplikasi tiktok. Audio populer yang digunakan biasanya berupa suara motivasi, percakapan, ceramah atau yang lainnya, praktik ini banyak dilakukan oleh para pengguna tiktok. Para pengguna audio populer tersebut menggunakan audio orang lain sebagai *backsound* video mereka agar video tersebut FYP (*For You Page*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi tiktok menurut Tinjauan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta dan praktik penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi tiktok tinjauan menurut Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Hak Kekayaan Intelektual. Penelitian ini merupakan jenis penelitian empiris, yang menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi tiktok merupakan tindakan yang melanggar hukum hal ini berdasarkan undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta dan fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Hak Kekayaan Intelektual. Karena mereka para pengguna audio populer tersebut tidak meminta izin kepada pemilik asli audio tersebut. Dalam agama Islam tindakan menggunakan hak milik orang lain hukumnya haram karena merupakan sebuah kezaliman.

Kata Kunci: Audio Populer; Hak Cipta; Fatwa MUI.

Pendahuluan

Di era sekarang teknologi sudah sangat berkembang dengan pesat, perkembangan ini bisa dilihat dengan terciptanya alat komunikasi yang berbasis internet atau sering disebut dengan *smartphone*. Dari berbagai kalangan masyarakat sudah banyak yang menggunakan *smartphone* untuk alat komunikasi ataupun untuk mengakses media sosial. Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi berbasis internet ini membawa pengaruh besar dalam perubahan kehidupan di masyarakat. Hal ini lah yang menjadikan adanya tuntutan untuk adanya hukum baru seiring perkembangan zaman. Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan terobosan-terobosan terbaru pada perangkat alat komunikasi yang ada sehingga menghasilkan ciptaan media baru yang sering disebut dengan media sosial, media ini sangat mudah diakses oleh masyarakat di berbagai kalangan manapun. Media sosial pada umumnya berfungsi untuk

saling berbagi informasi, gambar, atau video oleh sesama pengguna media sosial.¹ Dengan karakter masyarakat Indonesia yang sosial, senang bertukar informasi, dan eksis maka media sosial sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Selain itu dengan adanya media sosial dapat membantu dan memudahkan orang-orang yang memiliki karya untuk mengumumkan atau memperkenalkan karya mereka ke publik. Media sosial memiliki cakupan yang sangat luas, media sosial bisa diakses seluruh orang di berbagai belahan dunia.² Dengan kemudahan akses penggunaan media sosial maka kemungkinan akan timbul sebuah permasalahan atau penyalahgunaan terhadap penggunaan media sosial tersebut.

Dengan berkembangnya kemajuan teknologi informasi saat ini khususnya dalam media sosial menjadikan banyak orang berlomba-lomba untuk menciptakan suatu aplikasi hiburan didalam smartphone. Seperti halnya penciptaan aplikasi pengedit video, aplikasi yang paling banyak diminati pada saat ini adalah aplikasi Tiktok. Aplikasi media sosial ini bisa digunakan untuk mengedit dan menyebarkan sebuah video pendek dengan format secara vertikal, untuk melihat video yang ada di aplikasi ini sangatlah mudah. Pengguna aplikasi ini hanya perlu *scroll* layar smartphone ke atas atau ke bawah. Hal ini sangat efisien bagi para penggunanya karena tidak perlu memakan banyak waktu untuk melihat sebuah konten video, dan jika pengguna aplikasi Tiktok tidak tertarik dengan konten video yang dilihat bisa beralih ke konten lainnya dengan cepat. Aplikasi Tiktok merupakan aplikasi yang berasal dari negara china, aplikasi ini terdapat banyak fitur yang menarik bagi penggunanya dalam membuat suatu video.

Tiktok dibuat oleh ByteDance yang awalnya aplikasi ini bernama Douyin, pada awalnya aplikasi tiktok dibuat untuk menyaingi aplikasi Musical.ly, namun pada akhirnya aplikasi Tiktok lebih populer, hingga di akhir tahun 2017 Musical.ly dibeli oleh ByteDance dengan harga sekitar 11 triliun. Di dalam aplikasi Tiktok terdapat berbagai fitur yang menarik seperti memberikan *special effects* filter unik dan menarik serta berbagai pilihan suara dan lagu yang bisa dipergunakan oleh para pengguna aplikasi Tiktok untuk membuat video pendek dengan mudah. Para pengguna aplikasi Tiktok bisa membuat video pendek berupa tarian, *lipsync*, gaya bebas dan video pendek lainnya, sehingga aplikasi Tiktok mendorong kreatifitas penggunanya untuk menjadi content creator.³

Aplikasi Tiktok masuk ke Indonesia sekitar Tahun 2017, sama halnya seperti di negara lain aplikasi Tiktok mendapatkan banyak perhatian dari berbagai kalangan, pada saat itu aplikasi Tiktok sempat populer, bahkan pada bulan Juli 2018 pemerintah Indonesia telah memblokir aplikasi Tiktok karena banyak pro kontra didalamnya, aplikasi Tiktok dinilai banyak mengandung konten yang negatif dan tidak mendidik, namun pemblokiran ini hanya berjangka selama satu minggu. Setelah itu aplikasi Tiktok sudah bisa diunduh lagi di *App Store* dan *Google Play Store*, dengan ketentuan adanya pengawasan dan kejasama antara aplikasi Tiktok dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak di Indonesia. Aplikasi Tiktok berkembang dengan cepat terutama pada masa pandemi *Covid-19*. Karena pada masa pandemi masyarakat sangat dibatasi untuk berinteraksi secara langsung, hal tersebutlah yang membuat para pedagang pasar tradisional banyak yang beralih menjual dagangannya secara online dengan memanfaatkan media sosial dan *E-commerce*. Pada saat itu aplikasi Tiktok membuat suatu terobosan terbaru dengan menyediakan fitur belanja yang

¹ Syahreza, Muhammad Fachri, and Irwan Syari Tanjung. "Motif dan pola penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED: Jurnal InteraksiJurnal," *Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2018): 63 <https://doi.org/10.30596/interaksi.v2i1.1788>

² Atiekah Achmad dan Kholis Roisah, "Status Hukum Ghostwriter Dan Pemegang Hak Cipta Dalam Plagiarisme Menurut Undang-Undang Hak Cipta", *Udayana Master Law Journal*, Vol. 9, no. 2 (2020): 430 <https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i02.p.15>

³ Adhitya Wibawa Putra, "Tik Tok –Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer," *Gadgetren*, 16 Maret 2018, diakses 06/10/2023, <https://gadgetren.com/2018/03/16/apa-itu-tik-tok-video-media-sosial/>

disebut dengan *Tiktok shop*. Dengan adanya fitur *Tiktok shop* tersebut aplikasi Tiktok berhasil menjadi pesaing aplikasi media sosial lainnya yang lebih dahulu populer seperti Instagram dan Youtube. Karena dalam aplikasi Tiktok selain sebagai aplikasi media sosial tiktok juga merupakan aplikasi *E-commerce*. Hal inilah yang membuat aplikasi Tiktok lebih cepat populer di masyarakat.⁴

Para *content creator* di aplikasi Tiktok dituntut untuk kreatif dan inovatif agar video yang mereka buat menjadi trending atau dalam aplikasi tiktok sering disebut FYP (*For You Page*). Dengan video yang FYP maka akan cepat mendapatkan pengikut baru di akun tersebut. Dengan semakin banyaknya pengikut di akun Tiktok tersebut maka lambat laun akan mendapatkan juga keuntungan secara ekonomi seperti halnya mendapatkan *endorsement* di akun tiktok tersebut.⁵ Semakin menariknya konten Tiktok yang diunggah oleh pengguna maka akan banyak *endorse* yang akan ditawarkan oleh para pelaku usaha ke akun Tiktok tersebut. Akun Tiktok yang memiliki lebih dari 1000 pengikut bisa untuk mendaftar sebagai *affiliate* dan bisa melakukan *live streaming* di aplikasi Tiktok.⁶ Dengan menjadi *affiliate* Tiktok maka pemilik akun Tiktok tersebut bisa mendapatkan penghasilan. Selain itu pengguna Tiktok juga bisa melakukan *live streaming* untuk menjual barang barang ataupun hanya untuk mendapatkan *give* dari penonton *live streaming* di aplikasi Tiktok. Ketika menjadi *affiliate* di Tiktok shop maka tidak perlu membeli barang yang akan dipromosikan di akun Tiktoknya, melainkan hanya perlu meminta sampel gratis ke toko yang akan dipromosikan di Tiktok shop. Tiktok *affiliate* merupakan suatu program yang dibuat oleh Aplikasi Tiktok sebagai cara untuk menghubungkan *konten creator* dengan para penjual atau pelaku usaha. Program Tiktok *affiliate* di aplikasi Tiktok bisa untuk semua pengguna Tiktok, cara kerja Tiktok *affiliate* adalah saat pengguna lain membeli produk yang dipromosikan oleh *konten creator* akan memperoleh bagian dari dari penjualan tersebut.⁷

Aplikasi Tiktok dalam prakteknya masih banyak terjadi pro-kontra, karena dalam aplikasi Tiktok terdapat sebuah fitur penggunaan atau pengunggahan lagu dan audio populer milik orang lain yang dapat digunakan oleh pengguna aplikasi Tiktok yang lain sebagai *backsound* video mereka tanpa ijin dari pemilik atau penciptanya. Fitur penggunaan audio sebagai *backsound* bukanlah suatu hal yang baru di media sosial. Adanya fitur penggunaan *backsound* di aplikasi Tiktok merupakan sebuah pelengkap dari aplikasi Tiktok yang merupakan aplikasi media sosial yang bisa digunakan untuk mengedit sebuah video, dengan adanya *backsound* disebuah video maka akan meningkatkan daya Tarik seseorang untuk melihat video tersebut. Dengan adanya fitur tersebut di aplikasi Tiktok maka para pengguna aplikasi Tiktok dapat merubah tempo, menambah efek pada audio yang digunakan sebagai *backsound* yang kemudian dibuat menjadi video pendek dan kemudian juga dapat diunggah di aplikasi Tiktok, yang kemudian audio tersebut dapat dipergunakan juga oleh pengguna yang lainnya setelah video tersebut disebar. Penggunaan audio atau rekaman suara orang lain dalam video aplikasi Tiktok menunjukkan bahwa adanya perubahan suatu karya dari versi aslinya yang mungkin saja

⁴ Anisa, Anisa, Ririn Risnawati, and Nurul Chamidah. "Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 1, no. 2 (2022): 135 <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>

⁵ Suci Indah Takbir. "Pengaruh For You Page Tiktok Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Makassar" (Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia, 2021), <http://repository.nobel.ac.id/id/eprint/1157>

⁶ Fatimatuz Zahro. "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran pada akun @SECALA/HIJAB" (IAIN Ponorogo, 2024), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/27867>

⁷ Nur Jamal Shaid, "cara mendapatkan uang dari Tiktok affiliate serta syaratnya", *kompas*, 16 Agustus 2023, diakses 15 Maret 2024, <https://money.kompas.com/read/2023/02/20/235341526/cara-mendapatkan-uang-dari-tiktok-affiliate-serta-syaratnya>

dapat menyebabkan timbulnya persepsi yang berbeda dari yang diharapkan oleh *content creator* atau pemilik audio populer di Aplikasi Tiktok.

Para pengguna aplikasi Tiktok dapat membuat video dengan menggunakan audio ataupun rekaman suara orang yang berasal dari klip film ataupun musik yang sedang populer sebagai *background* video mereka. Audio atau rekaman yang berasal dari klip film ataupun audio orang lain tersebut yang digunakan menjadi *background* video di aplikasi Tiktok dengan durasi 10-60 detik. Durasi video yang dibuat oleh pengguna aplikasi Tiktok tersebut menunjukkan adanya perubahan dari versi yang asli, yang memungkinkan bisa menyebabkan timbulnya persepsi yang berbeda dari yang diharapkan oleh pemilik audio tersebut. Pengguna Tiktok yang menggunakan audio populer milik orang lain sebagai *background* ini tidak langsung mendapatkan keuntungan secara ekonomi tetapi seiring berjalannya waktu akan mendapatkan keuntungan ekonomi dengan bertambahnya pengikut di akun Tiktok tersebut. Dengan bertambahnya pengikut lebih dari 1000 pengikut, maka akun Tiktok tersebut bisa digunakan untuk promosi, berjualan, ataupun menjadi *affiliator* di aplikasi Tiktok. Dengan mendapatkan keuntungan secara ekonomi inilah yang membuat pemilik audio populer di Tiktok yang digunakan oleh orang lain merasa akan dirugikan. Hal ini sesuai dengan konsep hak ekonomi yang ada didalam hak cipta.

Di Indonesia hak cipta merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual adalah sebuah hasil dari pikiran manusia untuk menciptakan suatu karya, desain, seni ataupun sebuah penemuan yang diperoleh dalam kehidupan manusia. Hak kekayaan intelektual adalah suatu hak kebendaan dan benda tidak berwujud berupa kekayaan intelektual seperti hak cipta, hak merek dagang, hak paten, dan lain sebagainya. Indonesia telah membuat aturan mengenai perlindungan hak cipta dari berbagai karya sejak tahun 1982. Undang-Undang tentang hak cipta telah dirancang untuk melindungi hak para pencipta untuk mendistribusikan, menjual, atau membuat turunan dari sebuah karya yang telah mereka buat berdasarkan Undang-Undang yang telah berlaku. Peraturan mengenai hak cipta terdapat dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang menyatakan bahwa hak cipta adalah suatu hak eksklusif seorang pencipta yang muncul secara otomatis sesuai dengan prinsip deklaratif setelah adanya wujud nyata dari suatu ciptaan tanpa adanya suatu pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perlindungan hak cipta terhadap suatu karya merupakan isu yang sangat penting dalam era ekonomi pasar bebas. Indonesia yang merupakan salah satu negara produktif dalam karya cipta, tentunya harus melindungi rakyat Indonesia dari adanya plagiarisme dan piracy. Perlindungan hak cipta melalui undang-undang hak cipta tentunya akan memberikan perlindungan hukum bagi para pencipta.⁸

Dalam hak cipta terdapat hak ekonomi dan hak moral, yang dimaksud hak ekonomi dalam hak cipta adalah hak untuk mendapatkan suatu keuntungan atas hak kekayaan intelektual. Dalam hak cipta terdapat hak ekonomi karena adanya hak kebendaan yang dapat dinilai dengan uang. Sedangkan hak moral dalam hak cipta muncul karena setiap orang memiliki kewajiban untuk menghormati dan menghargai suatu karya ciptaan orang lain. Dengan adanya hak moral tersebut maka orang lain tidak diperbolehkan mengubah ataupun mengambil suatu karya seseorang tanpa izin menjadi miliknya. Kedua hak tersebutlah yang menjadi dasar dalam penetapan hak cipta.

Selain dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2015 tentang hak cipta. Peraturan mengenai hak cipta juga diatur dalam hukum Islam. Di Indonesia hukum Islam tersebut diatur dalam Fatwa MUI No.1/Munas VII/MUI/5/2005 tentang perlindungan hak kekayaan intelektual. Fatwa ini muncul karena banyak keresahan dari para seniman yang karyanya banyak

⁸ Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2018), 28.

ditiru atau digandakan oleh orang lain yang tidak bertanggung jawab tanpa izin dari penciptanya. Fatwa MUI ini dikeluarkan karena lemahnya kesadaran masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam tentang hak kekayaan intelektual. Dengan dikeluarkannya fatwa ini diharapkan masyarakat Indonesia bisa menghargai karya orang lain dengan tidak melakukan pelanggaran hak cipta berupa meniru atau menggandakan karya milik orang lain. Adanya fatwa ini bertujuan untuk pendekatan moral kepada umat Islam yang ada di Indonesia.

Dari pemaparan latar belakang diatas maka dapat diambil beberapa rumusan masalah penelitian, antara lain yaitu: (1) Bagaimana praktik penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi Tiktok ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak cipta? (2) Bagaimana praktik penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi Tiktok ditinjau menurut Fatwa MUI No.1/Munas VII/MUI/5/2005 tentang perlindungan hak kekayaan intelektual?

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka adanya penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui praktik penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* di aplikasi Tiktok ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak cipta dan mengetahui praktik penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi Tiktok ditinjau menurut Fatwa MUI No.1/Munas VII/MUI/5/2005 tentang perlindungan hak kekayaan intelektual.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian empiris atau penelitian lapangan (*field research*).⁹ Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis sosiologis dilakukan dengan cara menggunakan data sekunder lalu mengonsepsikan dengan data primer yang telah didapatkan dari lapangan. Penelitian ini memerlukan dua sumber data yaitu: sumber data primer dan sumber data sekunder.¹⁰ Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan langsung dari sumbernya, sumber data ini didapatkan baik melalui wawancara langsung kepada responden, observasi, maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi. Adapun responden dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial Tiktok yang menggunakan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video mereka diantaranya yaitu: akun @PenjesShopSabrangan, @SI KOPI_SAWAH, @RAWNA_FISH.KEEPERS, @Berkah Kandang, dan @CONQUEROR FISH. Sumber data sekunder merupakan data yang dapat memberikan penjelasan terhadap sumber data primer yang digunakan dalam penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta dan Fatwa MUI No. 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak kekayaan Intelektual. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi kepada para pengguna media sosial Tiktok yang menggunakan audio populer sebagai *backsound* di vidio mereka. Dalam penelitian ini Metode penentaun subjek yang digunakan adalah populasi dan sampel.

Pembahasan

Penggunaan Audio Populer Suara Orang Lain Sebagai *Backsound* Video di Aplikasi Tiktok Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Seiring perkembangan zaman, menjadi seorang *content creator* merupakan salah satu profesi yang penghasilannya sangat menjanjikan. Seorang tiktokker yang memiliki lebih dari 1000 pengikut bisa melakukan *live streaming* di akun tiktoknya. Dengan *live streaming* para Tiktokker

⁹ Aminuddin Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), 15.

¹⁰ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), 106.

ini bisa berjualan secara live di *Tiktok shop*. Selain itu mereka juga bisa menjadi afiliator di tiktok mereka bisa berjualan di aplikasi Tiktok tanpa perlu modal, mereka hanya perlu kerjasama dengan perusahaan atau penjual tertentu untuk memasarkan produknya. Sehingga banyak orang yang berlomba-lomba untuk membuat suatu vidio yang menarik di tiktok agar vidio mereka bisa tranding atau populer sehingga bisa menambah pengikut di akun Tiktok mereka.

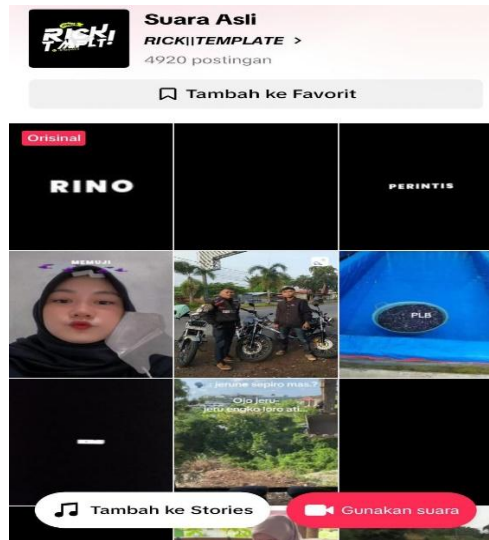
Vidio yang tranding atau dalam istilah tiktok sering disebut dengan FYP (*For You Page*) merupakan vidio yang sering muncul diberanda akun Tiktok kita. Dengan semakin banyaknya orang yang menonton video yang sedang FYP maka video tersebut akan semakin viral ataupun populer. Dengan kepopuleran vidio tersebut maka banyak pengguna tiktok yang ingin juga vidio mereka FYP, salah satu cara agar video mereka cepat FYP adalah dengan menggunakan audio suara orang lain yang vidionya sedang FYP. Audio populer yang sering digunakan menjadi *backsound* di aplikasi Tiktok ini bisa berupa audio potongan film, ceramah, motivasi, percakapan, ataupun ciptaan sejenisnya yang berasal dari vidio Tiktok orang lain. Penggunaan audio inilah yang sering terjadi di Tiktok seperti halnya beberapa akun yang menggunakan audio populer sebagai *backsound* video di aplikasi Tiktok diantaranya: akun @PenjesShopSabrangan, @SI KOPI SAWAH, @RAWNA_FISH.KEEPERS, @Berkah Kandang, dan @CONQUEROR FISH. Seperti halnya beberapa pengakuan akun tersebut mereka menggunakan beralasan menggunakan audio tersebut agar vidio yang mereka buat bisa FYP atau tranding seperti vidio asli yang audionya mereka gunakan.

Tabel 1. Alasan Narasumber Menggunakan Audio Populer Suara Orang Lain Sebagai *Backsound* Video di Aplikasi Tiktok

No	Pengguna Audio Populer	Meningkatkan Penonton Video Di Aplikasi Tiktok	Audio Sedang Viral Di Aplikasi Tiktok
1	RAWNA_FISH.KEEPERS	✓	
2	PenjesShopSabrangan		✓
3	SI KOPI SAWAH		✓
4	Berkah Kandang	✓	
5	CONQUEROR FISH		✓

Sumber: Hasil Wawancara Kepada Pengguna Audio Populer di Aplikasi Tiktok

Gambar 1: Contoh Pengguna Audio Populer Yang Menggunakan Audio Orang Lain Sebagai *Backsound* Vidio di Aplikasi Tiktok



Sumber: Aplikasi Tiktok

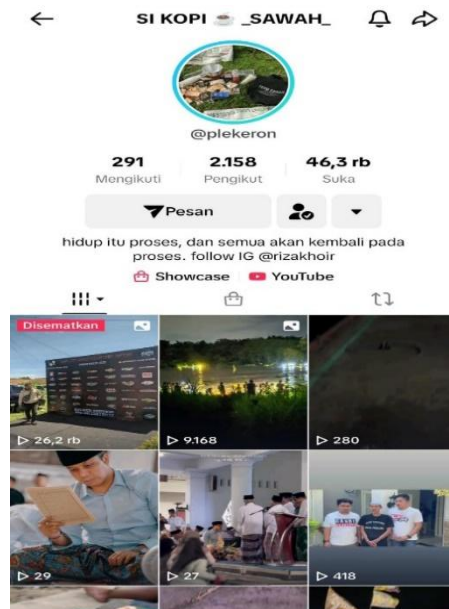
Dari beberapa pengguna Tiktok yang diwawancarai mereka bahkan tidak begitu paham terkait konsep hak cipta yang terkandung dalam penggunaan audio populer suara orang lain yang mereka gunakan dalam video mereka. Hal ini didasari dari beberapa pengakuan pengguna Tiktok yang menjadi narasumber mengungkapkan bahwa mereka tidak pernah meminta izin kepada pemilik audio atau video yang audionya mereka gunakan.

Tabel 2. Perizinan Saat Menggunakan Audio Populer Suara Orang Lain Sebagai *Backsound* Video di Aplikasi Tiktok

No	Pengguna Audio Populer	Izin	Tidak Izin
1	RAWNA_FISH.KEEPERS		✓
2	PenjesShopSabrangan		✓
3	SI KOPI_SAWAH		✓
4	Berkah Kandang		✓
5	CONQUEROR FISH		✓

Sumber: Hasil Wawancara Kepada Pengguna Audio Populer di Aplikasi Tiktok

Gambar 2: Salah Satu Akun Yang Banyak Menggunakan Backsound Suara Orang Lain di Vidionya



Sumber: Aplikasi Tiktok

Pada dasarnya pemahaman masyarakat terkait hak cipta sendiri memang kurang. Penggunaan audio populer suara orang lain memang tidak disebutkan secara langsung dalam Pasal 40 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta sebagai objek yang dilindungi. Tetapi berdasarkan ayat 2 dan 18 pasal 40 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta disitu dijelaskan bahwa Ceramah, kuliah, pidato, dan Ciptaan sejenis lainnya dan permainan vidio merupakan objek yang dilindungi oleh hak cipta. Selain itu secara definisi Hak Cipta yang terdapat dalam pasal 1 Undang-Undang Hak Cipta No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta bahwasannya Hak Cipta adalah Hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹¹

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa audio populer juga termasuk dalam objek hak cipta, karena didalamnya terdapat hak eksklusif pencipta dan ciptaan tersebut sudah diwujudkan dalam bentuk nyata walaupun tidak ada pencatatan secara langsung. Secara definisi Hak Eksklusif pencipta adalah hak yang hanya diperuntukan untuk penciptanya, sehingga tidak ada orang lain yang dapat menggunakan atau memanfaatkan hak tersebut tanpa izin pencipta. Sedangkan, Prinsip Deklaratif dalam hak cipta adalah prinsip dimana suatu ciptaan yang sudah diwujudkan dapat terlindungi oleh Undang-Undang tanpa perlu adanya pencatatan langsung. Tentunya dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwasanya audio populer merupakan objek hukum Hak Cipta walaupun tidak tertulis langsung dalam pasal 40 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta karena mengacu pada penjelasan di atas, yang mana ciptaan dapat terlindungi secara otomatis dengan hak eksklusif dan prinsip deklaratif tanpa adanya pencatatan terlebih dahulu.

Secara dasar audio populer menurut teori hak cipta dapat dilindungi dengan adanya prinsip deklaratif dan hak eksklusif dari hak cipta. Akan tetapi, banyak pengguna Tiktok yang tidak mengetahui teori tersebut sehingga perlu dicari pasal perlindungan yang sesuai atas penggunaan audio populer tersebut. Seperti yang sudah di jabarkan di atas bahwasanya di dalam pasal 40 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta penggunaan audio populer

¹¹ Billy Handiwiyanto dan Wisnu Aryo Dewanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Pencipta Software Yang Nomor Serialnya Dikomersialkan Tanpa Hak Di Cyber Space Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta: DIH", *Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 1 (2020): 3 <https://doi.org/10.30996/dih.v16i1.2899>

suara orang lain tidak disebutkan secara jelas. Kebanyakan dari para pengguna audio populer tersebut hanya karena mereka merasa audio yang mereka gunakan tersebut cocok dengan video yang mereka buat dan background tersebut sedang FYP. Seperti halnya pengakuan dari narasumber mengungkapkan bahwa background yang merakagunakan sedang FYP, jadi mereka para pengguna audio populer menggunakan sound tersebut agar video mereka banyak *viewersnya*.

Para pengguna audio tersebut tidak meminta izin kepada pemilik asli audio tersebut. Mereka beralasan bahwa di aplikasi Tiktok tersebut telah ditulis nama asli dari audio yang mereka gunakan. Seperti pengakuan dari narasumber yang menyatakan bahwa dalam video tersebut sudah dicantumkan nama pemilik asli suara tersebut, mereka menganggap itu sudah termasuk termasuk izin dari yang punya video. Mereka menganggap bahwa sudah hal tersebut menjadi fasilitas untuk para *content creator* tiktok. Padahal tanpa izin kepada pemilik asli audio tersebut mereka telah melanggar hak moral dari pemilik video. Mereka harus tetap izin terlebih dahulu kepada pemilik asli audio populer tersebut karena dikawatirkan ada perbedaan pandangan antara pemilik asli audio tersebut dengan video orang lain yang menggunakan audio tersebut.

Pemahaman hukum terkait hak cipta di Indonesia masih sangat rendah. Hal ini bisa dilihat dari masih banyaknya pelaku pengguna audio populer suara orang lain sebagai *background* di video Tiktok. Banyak dari para pengguna tiktok yang tidak begitu faham dengan hak cipta, seperti dari pengakuan beberapa narasumber yang telah diwawancarai.

Tabel 3. Pengetahuan Narasumber Terkait Konsep Hak Cipta

No	Pengguna Audio Populer	Mengetahui	Tidak Mengetahui
1	RAWNA_FISH.KEEPERS	✓	
2	PenjesShopSabrangan	✓	
3	SI KOPI SAWAH		✓
4	Berkah Kandang	✓	
5	CONQUEROR FISH		✓

Sumber: Hasil Wawancara Kepada Pengguna Audio Populer di Aplikasi Tiktok

Penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *background* di aplikasi Tiktok juga berpotensi merugikan pemilik asli audio tersebut, karena para pemilik audio populer tersebut sudah susah payah membuat sebuah konten agar video mereka trending atau FYP. Sedangkan pengguna audio populer tersebut tidak susah payah membuat konten agar video mereka FYP, mereka hanya menggunakan audio orang lain yang sedang trending agar video mereka ikutan FYP seperti video aslinya. Dengan video mereka yang ikutan FYP lambat laun akan meningkatkan jumlah pengikut di akun Tiktoknya. Akun Tiktok yang memiliki pengikut lebih dari 1000 bisa menggunakan akun Tiktoknya untuk *live streaming* atau berjualan ataupun menjadi *tiktok Affiliate*. Walaupun tidak secara langsung merugikan hak ekonomi dari pemilik asli audio tersebut hal inilah yang bisa menambah saingan dalam berjualan melalui *live streaming* ataupun menjadi *Tiktok affiliate*. Mereka pengguna audio populer tersebut ingin mengomersialkan akun Tiktoknya walaupun dengan tidak secara langsung. Dengan bertambahnya saingan maka bisa jadi pendapatan dari *live streaming* ataupun menjadi *Tiktok affiliate* berkurang, hal ini disebabkan karena mungkin sebagian orang akan menonton *live streaming* atau membeli barang di akun Tiktok yang lainnya. Hal ini sesuai dengan pasal 9 ayat (3) Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 yang menyatakan bahwa “setiap orang yang tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau penggunaan secara komersial ciptaan”.

Gambar 3: Salah Satu Akun Yang Berjualan Menggunakan Tiktok Shop



Sumber: Aplikasi Tiktok

Hak ekonomi yang didapat oleh pemilik audio populer tersebut sebagai pencipta menurut pasal 8 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta adalah Hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan. Hak ekonomi yang dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta adalah “menerbitkan ciptaan, penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya, menerjemahkan ciptaan, melakukan adaptasi, mengaransemen, ataupun mentransformasikan ciptaan, pendistribusian ciptaan atau salinan ciptaan tersebut, melakukan pertunjukan atas ciptaan, mengumumkan ciptaan, komunikasi ciptaan, dan penyewaan atas ciptaan”. Dalam hal seperti ini, para pengguna audio populer suara orang lain sebagai *backsound* di video mereka harus memiliki izin dari pemilik asli audio tersebut sebagai pencipta, sesuai dengan Pasal 9 ayat (2) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta menjelaskan bahwa “Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta”.

Penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* video di aplikasi Tiktok termasuk dalam pelanggaran hak ekonomi kepada pencipta video aslinya. Video yang di *upload* di aplikasi Tiktok merupakan karya sinematografi yang merupakan suatu karya yang dilindungi oleh hak cipta, karena video tersebut telah dipublish atau disebar oleh pemiliknya. Dimana dalam pasal 59 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 dijelaskan perlindungan hak cipta atas suatu ciptaan berlaku selama 50 tahun setelah pertama kali diumumkan atau disebar. Jadi bisa disimpulkan bahwa video yang telah di *upload* atau disebar oleh *content creator* di aplikasi Tiktok mendapatkan perlindungan hak cipta selama 50 tahun setelah video tersebut di sebar.

Penggunaan Audio Populer Suara Orang Lain Sebagai *Backsound* Video di Aplikasi Tiktok Berdasarkan Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

Di Indonesia pengaturan Hak Kekayaan Intelektual ternyata tidak hanya didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh negara, namun juga melibatkan Institusi sosial kemasyarakatan dan keagamaan. Salah satu contoh regulasi yang mengatur tentang Hak

Kekayaan Intelektual adalah dikeluarkannya Fatwa oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). MUI mengeluarkan fatwa tentang hak kekayaan Intelektual dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam tentang Hak Kekayaan Intelektual. Pembuatan fatwa ini juga didorong oleh beberapa pihak seperti masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) yang mengajukan permohonan untuk menerbitkan satu fatwa terkait Hak Kekayaan Intelektual.¹² MUI telah mengeluarkan fatwanya pada tahun 2005 fatwa tersebut berisi tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Pengeluaran fatwa tersebut dikarenakan dalam Al-Qur'an dan hadist tidak menjelaskan secara eksplisit tentang perlindungan Hak kekayaan Intelektual. Hasil Ijtihad MUI tentang hak kekayaan intelektual tersebut dituangkan dalam fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005.

Dalam fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 yang dimaksud dengan kekayaan Intelektual merupakan kekayaan yang berasal dari pemikiran yang menghasilkan suatu proses atau suatu produk yang berguna untuk kehidupan dan diakui oleh negara berdasarkan peraturan perundang-undangan yang telah berlaku. Maka dari itu yang dimaksud dengan Hak Kekayaan Intelektual adalah hak pencipta atau pemegang hak cipta untuk menikmati atau memperoleh hak ekonomi dari hasil kreatifitas intelektual yang telah dibuat dan mendapatkan perlindungan atas suatu karya Intelektualnya. Sebagai bentuk penghargaan atau perlindungan atas karya Intelektualnya negara memberikan hak eksklusif kepada pencipta atau pemegang hak cipta yang sah, dimana pemegang hak cipta memiliki hak untuk melarang orang lain yang tanpa persetujuan atau tanpa izin pemilik hak cipta memperdagangkan atau memakai karya intelektualnya dalam segala bentuk dan cara. Dalam agama Islam hak cipta disebut dengan *Haq al-Ibtikar* mempunyai arti hak Istimewa atas sebuah ciptaan yang pertama kali diciptakan.

Berdasarkan fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 diatas Audio populer suara orang lain yang sering digunakan oleh pengguna aplikasi Tiktok merupakan kekayaan Intelektual karena vidio yang mereka buat merupakan hasil dari pemikiran atau kreatifitas *conten creator*. Dimana orang lain tidak diperbolehkan untuk menikmati secara ekonomi atas hasil karya intelektualnya. Pemilik audio populer tersebut berhak untuk melarang orang lain yang tanpa izin atau persetujuan pemiliknya untuk menggunakan karyanya tersebut. Menurut fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Hak Kekayaan Intelektual memiliki beberapa ketentuan hukum, yakni: Dalam hukum Islam, Hak Kekayaan Intelektual merupakan bagian dari *huquq maliyyah* (hak kekayaan) sehingga hak kekayaan intelektual harus memperoleh perlindungan hukum (*mashun*) karena merupakan salah satu dari kekayaan (*mal*). Hak kekayaan Intelektual dapat dikategorikan sebagai *al mal*, maka Hak kekayaan Intelektual bisa menjadi *al milk* (hak milik). Hak milik adalah penguasaan terhadap sesuatu yang penguasanya dapat melakukan tindakan terhadap sesuatu yang dikuasainya dan penguasanya bisa memperoleh manfaat atas sesuatu yang dikuasainya selagi tidak berhalangan dengan syara'.¹³ Selain itu dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 1ayat (9) menjelaskan bahwa kekayaan (*mal*) dapat dimiliki, dikuasai, diusahakan, dan dialihkan, baik kekayaan yang berupa benda berwujud ataupun tidak berwujud, baik benda yang bisa bergerak ataupun tidak bisa bergerak, dan memiliki nilai ekonomis. Vidio yang dibuat oleh para *conten creator* di aplikasi tiktok merupakan suatu karya yang mendapatkan perlindungan hukum. Dalam hukum Islam vidio tersebut juga merupakan kategori kekayaan (*mal*) yang dimana berdasarkan hukum Islam vidio tersebut harus dilindungi.

¹² Cindi Muhrani Dewi, "Analisis Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap Mendownload Lagu secara Ilegal (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UINSU)" (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017), <http://repository.uinsu.ac.id/2734/1/Cindii%20Muhrani%20Dewi.pdf>

¹³ Budi Agus Riswandi dan shabhi masmahani, *Dinamika hak kekayaan intelektual dalam masyarakat kreatif*, (Yogyakarta: Total Media, 2009), 138.

Maka dari itu penggunaan audio populer yang diambil dari vidio orang lain merupakan pelanggaran hak cipta dikarenakan vidio yang telah di *upload* di aplikasi tiktok merupakan hak milik (*al milk*) dari *content creator* yang membuat vidio tersebut, dengan demikian hanya *content creator* lah bisa memperoleh atau mengambil manfaat atas vidio yang mereka buat selagi tidak berhalangan dengan *syara*’.

Hak kekayaan intelektual akan mendapatkan perlindungan hukum Islam selagi tidak bertentangan dengan hukum Islam (*syara*’). Vidio yang *diupload* di aplikasi Tiktok oleh para *content creator* merupakan vidio dari hasil pemikiran para *content creator*. Selagi konten vidio yang mereka buat tidak bertentangan dengan hukum-hukum yang ada di agama Islam maka konten yang mereka buat akan dilindungi oleh hukum Islam termasuk juga *background* audio yang ada didalam vidio tersebut.

Hak kekayaan intelektual dapat digunakan sebagai objek akad (*al-ma’qud ‘alaih*) baik akad komersial (*mu’awadhah*) maupun akad nonkomersial (*tabarru’*) dan juga hak kekayaan intelektual dapat diwariskan atau diwakafkan. Vidio yang *diupload* di aplikasi tiktok oleh para *content creator* dapat dikategorikan sebagai kekayaan (*mal*) maka dalam hal itu vidio tersebut merupakan hak milik (*al milk*) para *content creator*. Sehingga sebagaimana kekayaan pada umumnya, vidio konten pada aplikasi tiktok dapat dijadikan sebagai objek akad (*al-ma’qud ‘alaih*). Oleh karena itu maka orang lain tidak diperbolehkan untuk menggunakan vidio yang telah mereka buat ataupun mengambil sebagian dari isi dari vidio mereka buat tanpa izin dari pemilik vidio aslinya. Pelanggaran terhadap hak kekayaan intelektual merupakan sebuah kezaliman dan dalam agama Islam dihukumi haram. Bentuk pelanggaran hak kekayaan intelektual ini bisa berupa menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, menjiplak, memalsu, membajak milik orang lain tanpa izin dari yang punya.

Para pengguna media sosial tiktok banyak yang menggunakan atau memakai audio milik orang lain tanpa izin dari pemiliknya. Hal ini berdasarkan ketentuan fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 diatas merupakan suatu perbuatan yang zalim kepada pemilik asli audio tersebut. Maka perilaku yang dilakukan oleh para pengguna audio populer tersebut berdasarkan hukum agama Islam merupakan perbuatan yang haram dilakukan. Hal ini didasari dari beberapa pengakuan pengguna Tiktok yang menjadi narasumber mengungkapkan bahwa mereka tidak pernah meminta izin kepada pemilik audio atau vidio yang audionya mereka gunakan. Mereka berasalan bahwa itu sudah menjadi fasilitas untuk para *content creator* dan dalam vidio tersebut juga sudah tertera nama pemilik asli audio tersebut. Mereka juga beralasan karena memang mereka tidak tahu pencipta asli audio yang sedang mereka gunakan.

Fatwa tersebut diperkuat oleh pendapat Wahbah al-Zuhaili yang menyatakan bahwa tindakan pembajakan atau pelanggaran terhadap hak cipta merupakan kejahatan yang harus ditindak secara hukum. Perbuatan tersebut serupa dengan praktik pencurian dan harus ditindak secara hukum. Ada tiga pedoman kaidah fikih terhadap hak cipta, yaitu: Jika sesuatu perbuatan sudah pasti mendatangkan kerugian bagi pemilik hak cipta, maka tentu akan dihukumi haram. Mendahulukan maslahat dan menghindarkan masfadat. Segala sesuatu yang tercipta dari hal yang haram maka hukumnya adalah haram.

Hak cipta merupakan harta yang berharga karena hal itulah yang membuat agama Islam melarang umat Islam untuk mengambil hak orang lain hal ini telah dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 188 yang artinya: “Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal

kamu mengetahui”.¹⁴ Dari ayat diatas dijelaskan bahwa Umat Islam tidak diperbolehkan memakan harta orang lain dengan cara yang batil. Hal tersebutlah yang membuat diharamkannya seseorang mengambil karya orang lain. Maka menggunakan audio populer yang berasal dari vidio orang lain yang sedang tranding merupakan hal yang batil karena para pengguna audio populer tersebut tidak izin kepada pemilik vidio aslinya dan mereka memanfaatkan audio tersebut di vidio mereka agar vidio mereka ikut tranding seperti halnya vidio aslinya.

Dalam haditsnya Rasulullah SAW juga bersabda: “Rasulullah SAW menyampaikan khutbah kepada kami, sabdanya: ketahuilah tidak halal bagi seseorang sedikitpun dari harta saudaranya kecuali dengan kerelaan hatinya...” (HR.Ahmad). Selain dari ayat Al-Qur’an diatas, Rasulullah SAW juga bersabda dalam haditsnya bahwasannya seorang Muslim dilarang untuk untuk memakan harta saudaranya dengan cara yang batil, tetapi harus dengan cara yang halal dan atas kerelaan sesamanya. Maka dari hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan audio populer suara milik orang lain tidak diperbolehkan kecuali harus izin terlebih dahulu kepada pemiliknya, karena audio populer yang terdapat dalam vidio di aplikasi tiktok tersebut merupakan sebagian dari kekayaan (*mal*) dan merupakan hak milik (*al-milk*) dari *content creator* pembuat video tersebut. Dalam qawa’id fiqh juga dijelaskan bahwa “Tidak boleh menggunakan perbuatan hukum atas (menggunakan) hak milik orang lain tanpa seizinnya.”

Berdasarkan ketentuan-ketuan yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa umat Islam dilarang untuk menggunakan hak orang lain tanpa seizin dari pemiliknya karena merupakan suatu perbuatan yang bathil, perbuatan yang bathil dilarang dalam agama Islam dan hukumnya haram. Vidio yang dibuat oleh para *content creator* merupakan suatu kekayaan dan menjadi hak milik para *content creator*. Oleh karena itu penggunaan audio milik orang lain harus izin dulu kepada pemilik asli vidio tersebut. Penggunaan audio populer suara orang lain sebagai *backsound* di aplikasi Tiktok juga berpotensi merugikan pemilik asli audio atau vidio tersebut, karena para pemilik audio populer tersebut sudah menuangkan semua idenya untuk membuat sebuah konten agar vidio mereka tranding atau FYP. Sedangkan pengguna audio populer tersebut tidak harus susah payah membuat konten agar vidio mereka FYP, mereka hanya menggunakan audio orang lain yang sedang tranding agar vidio mereka ikutan FYP seperti vidio aslinya. Dengan vidio mereka yang ikutan FYP maka secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah *viewers* dan *followers* di akun tiktok mereka. Akun tiktok yang sudah memiliki pengikut lebih dari 1000 pengikut bisa menggunakan akun mereka untuk *live streaming* dan berjualan di *tiktok shop* ataupun menjadi *tiktok affiliate*. Walaupun dalam hal ini tidak langsung merugikan secara ekonomi kepada para *content creator* tetapi akan menambah saingan dalam *live streaming* ataupun menjadi *Tiktok affiliate*. Seperti halnya beberapa akun yang saya wawancarai mereka juga sudah sering melakukan *live streaming* untuk berjualan. Hal inilah yang memungkinkan akan menimbulkan kerugian bagi para *content creator* yang *backsound* vidionya digunakan. Karena hal tersebut para pengguna audio populer akan menjadi pesaing para *content creator* tersebut. Hal ini memungkinkan pendapatan para *content creator* dari *live streaming* ataupun menjadi *Tiktok affiliate* berkurang, hal ini disebabkan karena mungkin sebagian orang akan menonton *live streaming* atau membeli barang di akun Tiktok yang lainnya.

Dengan demikian perbuatan penggunaan audio populer suara orang lain yang digunakan sebagai *backsound* di video tiktok termasuk perbuatan yang bathil atau dilarang dalam agama Islam. Karena Para pengguna audio populer tersebut tidak izin kepada pemilik asli vidio

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung, CV Penerbit Diponegoro, 2010), 29.

tersebut dalam menggunakan audio tersebut. Mereka juga memanfaatkan audio tersebut agar video mereka ikut trending dan dapat mengambil nilai ekonomi dari video mereka yang trending tersebut. Padahal hal itu dilarang dalam agama Islam karena sama saja dengan memakan harta orang lain tanpa izin atau kerelaan pemiliknya.

Kesimpulan

Praktik penggunaan audio populer yang menggunakan backsound suara orang lain termasuk pelanggaran hak cipta. Hal ini dikarenakan video yang dibuat oleh para *content creator* tiktok termasuk yang dilindungi oleh Undang-Undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta. Audio populer yang sering digunakan di tiktok tidak ada dengan sendirinya, tetapi itu merupakan sebuah pemikiran, gagasan, atau ide para *content creator* yang telah dibuat dalam sebuah video di aplikasi Tiktok. Maka dalam hal itu didalamnya terdapat hak moral para *content creator* yang harus ditaati. Para pengguna audio populer harus izin terlebih dahulu kepada pemilik asli audio tersebut. Hal ini Berdasarkan pasal 9 ayat (2) Dan pasal 9 ayat (3) undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta.

Dalam fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Hak Kekayaan Intelektual merupakan bagian dari *huquq maliyyah* (hak kekayaan) sehingga hak kekayaan intelektual harus memperoleh perlindungan hukum (*mashun*) karena merupakan salah satu dari kekayaan (*mal*). Maka dari itu praktik penggunaan audio populer milik orang lain merupakan sebuah pelanggaran, karena para pengguna audio populer tersebut tidak izin kepada pemilik asli audio tersebut, mereka hanya mengambil audio dari video yang sedang trending saja. Padahal video tersebut merupakan kekayaan (*mal*) yang dimiliki oleh para *content creator* dan mendapatkan perlindungan hukum. Hal ini sesuai dengan ketentuan nomor 4 fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Hak Kekayaan Intelektual.

Daftar Pustaka

- Achmad, Atiekah dan Kholis Roisah, "Status Hukum Ghostwriter Dan Pemegang Hak Cipta Dalam Plagiarisme Menurut Undang-Undang Hak Cipta", *Udayana Master Law Journal*, Vol. 9, no. 2 (2020): 429-447
<https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i02.p.15>
- Ali, Zainudin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Anisa, Anisa, Ririn Risnawati, and Nurul Chamidah. "Pengaruh Word Of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 1, no. 2 (2022): 131-143.
<https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>
- Asikin, Aminuddin Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung, CV Penerbit Diponegoro, 2010.
- Dewi Cindi Muhrani, "Ananlisis Fatwa MUI Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap Mendownload Lagu secara Ilegal (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UINSU)", Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
<http://repository.uinsu.ac.id/2734/1/Cindii%20Muhrani%20Dewi.pdf>
- Handiwiyanto, Billy dan Wisnu Aryo Dewanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Pencipta Software Yang Nomor Serialnya Dikomersialkan Tanpa Hak Di Cyber Space Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta: DIH", *Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 1 (2020) <https://doi.org/10.30996/dih.v16i1.2899>

- Hidayah, Khoirul, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press, 2018.
- Nasution Bahder Lohan, *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2008.
- Putra, Adhitya Wibawa, "Tik Tok –Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer," *Gadgetren*, 16 Maret 2018, diakses 06/10/2023, <https://gadgetren.com/2018/03/16/apa-itu-tik-tok-video-media-sosial/>
- Riswandi, Budi Agus dan shabhi masmahani, *Dinamika hak kekayaan intelektual dalam masyarakat kreatif*. Yogyakarta: Total Media, 2009.
- Shaid, Nur Jamal, "caramendapatkan uang dari Tiktok affiliate serta syaratnya", *kompas*, 16 Agustus 2023, diakses 15 Maret 2024, <https://money.kompas.com/read/2023/02/20/235341526/cara-mendapatkan-uang-dari-tiktok-affiliate-serta-syaratnya>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syahreza, Muhammad Fachri, and Irwan Syari Tanjung. "Motif dan pola penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED: Jurnal InteraksiJurnal," *Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2018): 61-84 <https://doi.org/10.30596/interaksi.v2i1.1788>
- Takbir, Suci Indah. "Pengaruh For You Page Tiktok Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Makassar", Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia, 2021. <http://repository.nobel.ac.id/id/eprint/1157>
- Zahro, Fatimatuz. "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran pada akun @SECALA/HIJAB", IAIN Ponorogo, 2024. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/27867>