

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seluruh negara di dunia termasuk negara Indonesia telah semakin berkembang dalam segala sektor pembangunan yang tentunya tidak hanya terletak dalam satu sektor. Salah satu sektor yang paling berpengaruh adalah teknologi internet yang digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan mengikuti tren dunia. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tren merupakan gaya mutakhir atau segala sesuatu yang menjadi sorotan oleh banyak masyarakat pada saat tertentu. Tren yang paling berpengaruh di seluruh negara dalam kehidupan sehari-hari masyarakat adalah teknologi.

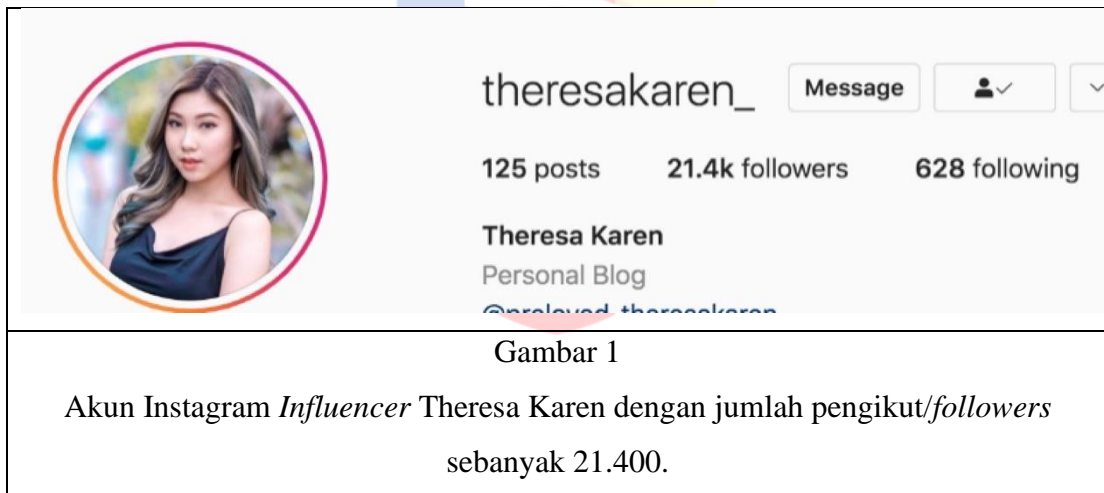
Seperti yang telah kita ketahui, dengan berkembangnya teknologi di seluruh dunia, pada tahun 2000-an mulai menjadi titik penggunaan jejaring sosial atau yang sering kita dengar pada zaman ini adalah media sosial. Awal mula dibuatnya media sosial adalah Thefacebook.com yang diciptakan oleh Mark Zuckerberg yang pada awal mulanya ditujukan untuk menghubungkan mahasiswa di Harvard University. Sejarah Facebook dalam situs laman/ *website* perusahaannya menceritakan awal mula Mark Zuckerberg dengan para pendiri/ *Co-Founders* nya yaitu Dustin Moskovitz, Chris Hughes dan Eduardo Saverin meluncurkan Facebook pada tanggal 4 Februari 2004 dan kemudian meluncurkan Facebook Wall untuk memberikan orang sebuah tempat untuk mempublikasikan/ memposting pesan untuk kerabat dan teman-temannya dan membuat Facebook pada tanggal 1 Desember 2004 mencapai 1 juta pengguna. Media sosial lainnya yang menjadi tren pada masanya adalah Twitter, Friendster, Myspace, Flickr, Instagram, dan lain sebagainya.

Salah satu kegunaan media sosial adalah untuk mempermudah komunikasi baik itu dengan teman yang dekat maupun orang-orang yang jauh dari tempat kita berada. Siapapun yang memiliki akses internet dapat membuat akun media sosial dan dapat

menggunakan akun tersebut untuk berkomunikasi dan membagikan konten apapun yang mereka ingin bagikan, baik itu berupa foto, video, ataupun memori lainnya yang ingin dibagikan atau disimpan.

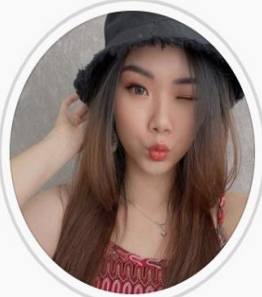
Dengan berkembangnya media sosial secara pesat di seluruh dunia, muncul istilah *Influencer* media sosial atau orang yang berpengaruh di suatu tempat atau platform. *Influencer* adalah "seseorang yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan pembelian orang lain karena otoritas, pengetahuan, posisi dan hubungannya dengan pengikutnya."¹ *Influencer* di media sosial adalah orang yang telah mengembangkan reputasi dirinya atas pengetahuan, keahlian dan/atau bakat mereka dalam bidang tertentu.


Berikut adalah beberapa contoh seorang *Influencer* di media sosial Instagram² :



¹ Influencer, "What is Influencer", Diakses pada 16 Agustus 2020, <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/>

² Hasil screenshots ini sudah mendapatkan izin dari pemilik akun Instagram, dan Penulis sendiri adalah seorang *Influencer Instagram* dengan akun @gabriellaghebyy




gabriellagheby Edit Profile 



360 posts 28.9k followers 888 following

gheby | MUA
For endorsement or collab :

Gambar 2

Akun Instagram *Influencer* Gabriella Gheby dengan jumlah pengikut/*followers* sebanyak 28.900.



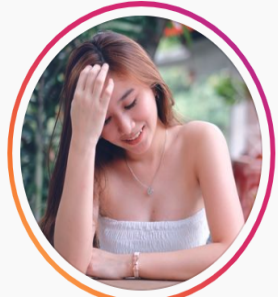
angeli.taco Message   •



246 posts 34.5k followers 2,046 followin

— Angelita Kwan. 🍌👑
Taco Restaurant


Gambar 3

Akun Instagram *Influencer* Angeli Taco dengan jumlah pengikut/*followers* sebanyak 34.500.



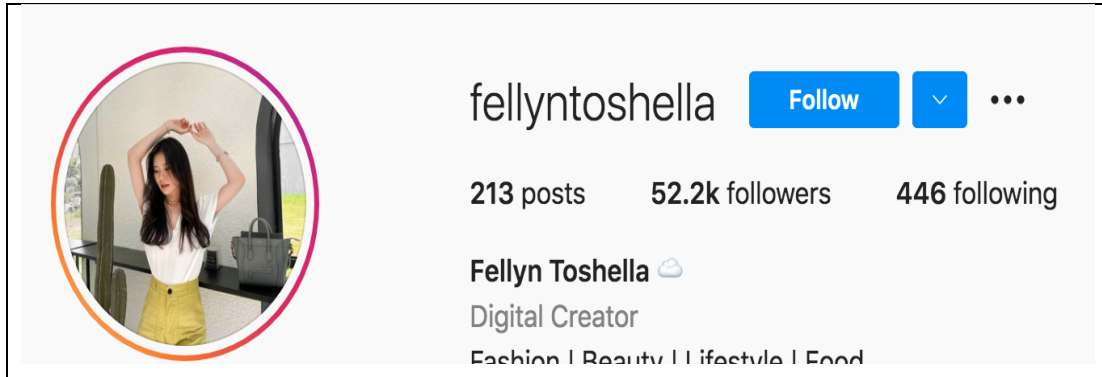
natasyaa_21 Message   •

299 posts 39.7k followers 996 following

Tasya
Endorsement / Business inquires 📌
Line: @bls4770o / DM 

Gambar 4

Akun Instagram *Influencer* Natasya21 dengan jumlah pengikut/*followers* sebanyak 39.700.



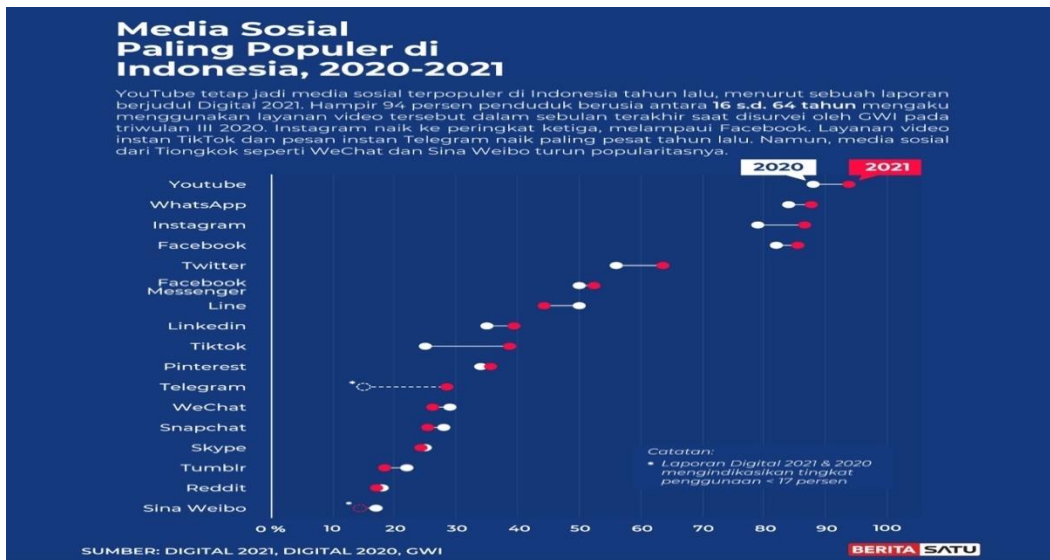
Gambar 5

Akun Instagram *Influencer* Fellyn Toshella dengan jumlah pengikut/*followers* sebanyak 52.200.

Menjadi seorang *Influencer* di media sosial bukanlah suatu pekerjaan mudah. Pada praktiknya, ada saja permasalahan-permasalahan yang sering ditemui oleh seorang *Influencer* di media sosial, dan tak jarang diantaranya berkaitan atau berhubungan dengan hukum. Salah satu permasalahan hukum yang sering dialami oleh para *Influencer* di media sosial adalah adanya pelanggaran hak ekonomi dalam hak cipta sehubungan dengan penggunaan foto-foto para *Influencer* di media sosial tersebut. Tidak menutup kemungkinan seorang non-*Influencer* juga mengalami hal tersebut, dan pada umumnya *Influencer*-lah yang biasanya sering menjadi korban pelanggaran ini. Tidak jarang daripadanya bahkan hingga menyebabkan timbulnya potensi tindak pidana tertentu seperti pencemaran nama baik dan perbuatan tidak menyenangkan.

Permasalahahn hukum ini semakin banyak terjadi di Indonesia. Salah satu penyebabnya adalah karena tingginya angka penggunaan media sosial seperti Instagram di Indonesia. Dilansir dari hasil penelitian *Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital* menyatakan bahwa "*pengguna Instagram berada di peringkat ke-3 tertinggi diantara media sosial lainnya di Indonesia dan pengguna media sosial*

Instagram ini rata-rata menghabiskan waktu 17 jam per-bulannya dalam media sosial."³



Ilustrasi 1: Media Sosial Paling Populer di Indonesia di 2020 - 2021

Berdasarkan ilustrasi di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram adalah salah satu yang terpopuler saat ini. Pada awalnya media sosial Instagram ini sebenarnya hanya untuk membagikan foto atau memori-memori pribadi seseorang, namun seiring dengan berkembangnya popularitas Instagram, Instagram menjadi platform yang memegang peran penting untuk melakukan promosi. Melalui media sosial Instagram ini, seseorang dapat membangun citranya sehingga dapat melakukan promosi yang meningkatkan bisnis, bahkan penghasilan seorang *Influencer* pun dapat tergolong cukup besar. Hal ini lah yang di ranah pemasaran/ *marketing* digital sering disebut sebagai cara yang digunakan seseorang untuk mempromosikan reputasi dirinya atau dalam bahasa inggris disebut *personal branding*.

Dalam Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014 menyebutkan bahwa "*ciptaan adalah setiap hasil karya di bidang pengetahuan, seni dan sastra*". Dalam Undang-Undang Hak Cipta juga disebutkan bahwa potret

³ Media Sosial di Indonesia, "Media Sosial Paling Populer", Diakses 17 Maret 2021
<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>

merupakan karya fotografi dengan objek manusia dan merupakan produk seni penciptanya. Dalam hal ini, potret dijadikan suatu hal yang dapat menarik perhatian masyarakat terutama di media sosial Instagram, seperti untuk kegiatan promosi. Hasil potret yang kualitasnya semakin bagus dan unik tentunya akan menarik banyak masyarakat untuk melihatnya.

Orang yang dipotret (model) memiliki peran yang sangat penting dalam suatu hasil potret. Peran model salah satunya ialah membuat suatu potret menjadi menarik untuk dilihat oleh masyarakat. Walaupun hasil potret tersebut pada dasarnya menjadi hak milik orang yang memotret/fotografer, namun peran orang yang dipotret (model) juga perlu diperhatikan dalam hasil potret tersebut karena orang yang dipotret (model) yang menjadi seninya dan fotografer yang menjadi senimannya.

Namun dalam realitanya, hasil potret dari *Influencer* yang memiliki pengaruh besar di media sosial sering digunakan tanpa izin oleh pihak-pihak di media sosial yang menimbulkan pelanggaran hak cipta. Seperti contoh pembuatan akun palsu dengan menggunakan foto dan/atau video tanpa izin dan digunakan dengan itikad tidak baik yang bersifat komersil, menggunakan foto dan/atau video di akun *online shop* yang bersifat komersil dan memberikan testimonial palsu padahal tidak memiliki kerjasama dengan orang tersebut dan lain sebagainya.

Berdasarkan pengalaman Penulis yang juga berprofesi sebagai *Influencer* di media sosial Instagram, beberapa tindakan yang biasanya dan dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang mengalami perihal ini adalah dengan mengunggah di akun media sosial *Influencer* sendiri yang biasanya diunggah di Instagram Story dengan memasukkan gambar "akun palsu" tersebut dengan tujuan agar para pengikut/*followers Influencer* tidak tertipu dan juga agar para pengikut/*followers Instagram Influencer* tersebut dapat melaporkan tindakan tersebut di Instagram. Yang menjadi permasalahan adalah ketika *Influencer* tidak mengetahui ada penggunaan foto tanpa izin tersebut.

Seperti contoh, pengalaman pribadi Penulis adalah ketika terdapat salah satu pengikut/*followers* di Instagram yang memberitahu kepada Penulis bahwa terdapat beberapa akun "palsu" yang menggunakan hasil potret milik Penulis yang dimana akun palsu tersebut menggunakan *username* Instagram dengan menggunakan nama samaran

yang tentunya tindakan ini dilakukan tanpa izin Penulis. Apabila pengikut/*followers* tersebut tidak mengadakan hal tersebut, maka kemungkinan besar tentunya Penulis tidak akan mengetahui tindakan tersebut.

Maka dari ini Penulis akan membahas hal ini untuk dianalisa lebih lanjut mengenai "**ASPEK HUKUM PENGGUNAAN POTRET SECARA KOMERSIAL TANPA IZIN DARI ORANG YANG DIPOTRET (MODEL) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**".

1.2. Rumusan Masalah

Terdapat 2 (dua) rumusan masalah yang menjadi perhatian sesuai dengan judul di atas:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum di Indonesia terkait dengan adanya penggunaan potret tanpa izin oleh orang yang dipotret (model) di media sosial Instagram?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh orang yang dipotret (model) terhadap penggunaan potret secara komersial yang dilakukan tanpa seizinnya di media sosial Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan melakukan penelitian dari judul di atas yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan hukum terhadap pelanggaran Undang-Undang Hak Cipta atas hasil potret yang digunakan oleh orang lain tanpa izin orang yang dipotret (model) di media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui upaya-upaya hukum apa saja yang dapat dilakukan oleh orang yang dipotret (model) terhadap penggunaan potret yang bersifat komersial yang dilakukan tanpa seizinnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yang diharapkan dari sisi Teori dan Praktek sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai dampak akan perbuatan penggunaan hasil potret tanpa izin dari orang yang dipotret (model) di media sosial.
2. Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat tentang upaya apa saja yang dapat dan harus dilakukan jika menjadi korban tindakan pelanggaran hak cipta atas perbuatan penggunaan hasil potret tanpa izin dari orang yang dipotret (model) di media sosial.
3. Memberikan masukan, wawasan dan pengetahuan bagi pengembangan studi Hukum Kekayaan Intelektual & Hukum Impresariat (*Entertainment Law*) di Indonesia, khususnya di era digital.
4. Memberikan masukan kepada Pemerintah untuk mengembangkan perlindungan hukum terhadap aktifitas industri kreatif di Indonesia, khususnya yang berhubungan dengan aktifitas para *Influencer* media sosial.

1.5 Kerangka Pemikiran

A. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah suatu uraian dan visualisasi mengenai hubungan atau kaitan antara konsep atau variabel yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konsep ini terbagi menjadi 4, yaitu:

1. Teknologi

Teknologi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengandung arti *"suatu metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, ilmu pengetahuan dan keseluruhan sarana untuk menyediakan barang atau jasa yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia"*. Encyclopedia Britannica (2015) mengartikan teknologi adalah *"penerapan pengetahuan ilmiah untuk tujuan praktis dalam kehidupan manusia atau pada perubahan dan manipulasi lingkungan manusia."*

Salah satu jenis teknologi yang digunakan oleh masyarakat sehari-hari adalah teknologi komunikasi. Menurut BNET Business Dictionary teknologi komunikasi merupakan *"sistem elektronik yang digunakan untuk berkomunikasi antar individu atau dengan sekelompok orang."* Teknologi ini memfasilitasi komunikasi antar individu atau kelompok yang tidak bertemu secara fisik di lokasi yang sama, seperti contoh adalah telpon, fax, e-mail, dan lain sebagainya.

2. Internet

Internet adalah jaringan terluas dalam sistem teknologi informasi yang dapat membuat suatu perangkat di seluruh dunia dapat saling terhubung. Dikutip dari GCFCglobal, Internet adalah *"jaringan global dari miliaran komputer dan perangkat elektronik lainnya."*⁴ Dengan menggunakan Internet, dimungkinkan untuk mengakses hampir semua informasi dan berkomunikasi dengan siapa-pun dan berdasarkan hasil survei pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 yang dilakukan oleh Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono menyebutkan bahwa *"penetrasi pengguna Internet di Indonesia berjumlah 73,7% yang dimana hasil survei ini menyatakan bahwa terjadi kenaikan penggunaan Internet dari tahun 2018 yang hanya 64,8%."*⁵

Menurut Robert Khan yang menjabat sebagai CEO dan Presiden *Corporation for National Research Initiatives (CNRI)*:

*"The Internet is a vast network that connects computers all over the world. Through the Internet, people can share information and communicate from anywhere with an Internet connection"*⁶

yang apabila diterjemahkan ke dalam bahasa memiliki arti:

"Internet adalah jaringan luas yang menghubungkan komputer di seluruh dunia. Melalui internet, orang dapat berbagi informasi dan berkomunikasi dari mana saja menggunakan koneksi internet."

⁴ Internet, "What is Internet?" Diakses 11 April 2021, <https://edu.gcfglobal.org/en/internetbasics/what-is-the-internet/1/>

⁵ Pengguna Internet Indonesia. "Survei Penetrasi Pengguna Internet", Diakses 11 April 2021, https://kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker

⁶ Internet, "Internet", Diakses 25 Februari 2021, <https://www.britannica.com/technology/Internet>

"Pada bulan Oktober tahun 1969, peneliti di Universitas California di Los Angeles (UCLA) mencoba untuk mengirimkan data dari satu komputer ke komputer lainnya. Keberhasilan penelitian tersebut menjadi dibuatnya proyek bernama ARPANET yang kemudian dikembangkan serta ditujukan untuk keperluan militer Amerika Serikat. Sistem ini kemudian semakin berkembang dari yang sebelumnya hanya menghubungkan sekitar 4 komputer, menjadi 13 komputer pada tahun 1970 dan 231 komputer pada tahun 1981. Pada tahun 1971, Ray Tomlinson seorang program komputer mengirimkan email atau surat elektronik pertama kali menggunakan ARPANET dan mencetuskan penggunaan simbol "@" yang digunakan sampai saat ini."⁷

"Komunikasi antar jaringan terjadi pada tahun 1983 dengan tujuan adalah dua komputer dapat berkomunikasi dalam satu jaringan, diperlukan semacam protokol berupa rangkaian tahapan yang ditentukan oleh pengatur komunikasi."⁸ Kemudian pada tahun 1970, "Robert Kahn dan Vinton Cerf mengembangkan TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) dengan tujuan agar pertukaran data dapat dilakukan bukan hanya dalam komputer yang memiliki jaringan yang sama, namun juga dalam jaringan yang berbeda. Munculnya World Wide Web pertama kali muncul tahun 1990 yang dicetuskan oleh Tim Berners - Lee. Tim Berners - Lee saat itu bekerja untuk lab fisika CERN yang kemudian Robert Cailliau membantu mengembangkan usul Berners-Lee."⁹ Penemuan ini didasarkan pada dua fondasi, yaitu bahasa pemrograman HTML yang memungkinkan keberadaan website dan pertukaran hypertext HTTP yang memungkinkan pengguna meminta dan menerima suatu situs web yang diinginkan.

3. *Influencer*

Influencer marketing sebenarnya sudah dikenal sejak tahun 1930-an¹⁰. Kata "*Influencer*" secara resmi ditambahkan dalam kamus Bahasa Inggris pada tahun 2019¹¹ dan mulai sangat berkembang dan diketahui oleh hampir seluruh pengguna media

⁷ Sejarah Email Pertama Kali, "Raymond Tomlinson", Diakses 27 April 2021
<https://www.internethalloffame.org/inductees/raymond-tomlinson>

⁸ Sejarah Internet, "Mengenal Sejarah Internet", Diakses 16 Agustus 2020,
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190312125646-185-376484/mengenal-sejarah-internet>

⁹ *Loc Cit.*

¹⁰ Sejarah Influencer, "History of Influencer", Diakses pada 17 Maret 2021
<https://www.forbes.com/>

¹¹ Sejarah Influencer, "A Brief History of Influencers", Diakses pada 17 Maret 2021
<https://www.socialmediatoday.com/news/timeline-a-brief-history-of-influencers/554377/>

sosial melalui Instagram. *Influencer* merupakan orang-orang yang memiliki banyak pengikut/*followers* di akun media sosial nya yang kemudian beberapa penjual *online* atau *online shop* yang berdagang di media sosial akan menggunakan jasa *Influencer* untuk mengiklankan produknya.

4. Konsep *Safe Harbor Policy*

Safe Harbour Policy adalah "suatu kebijakan pemerintah yang memisahkan tanggung jawab penyedia situs jual beli daring yang berkonsep *marketplace* berbasis *User Generated Content (UGC)* yang selanjutnya disebut dengan platform dengan penjual yang memakai jasa mereka".¹² Kominfo juga membuat Surat Edaran Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform Dan Pedagang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Yang Berbentuk *User Generated Content*.

Dalam Surat Edaran tersebut disebutkan bahwa penyedia platform merupakan subjek hukum dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Tranaksi Elektronik yaitu sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik yang dalam hal ini media sosial Instagram pun termasuk penyelenggara sistem elektronik. Dalam Surat Edaran ini juga jelas disebutkan bahwa konten yang dilarang dalam platform salah satunya adalah konten yang melanggar hak kekayaan intelektual.

Safe Harbour Policy ini dikaitkan dengan konteks hukum siber di Indonesia yang secara normatif diatur dalam Pasal 26 Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik menyebutkan juga :

Pasal 26

- 3) *"Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan Orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.*
- 4) *Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan mekanisme penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sudah tidak relevan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.*

¹² Safe Harbor, " Aturan Safe Harbour Policy dan Konten Ilegal" Diakses 11 April 2021
https://kominfo.go.id/content/detail/12436/kominfo-satuan-aturan-safe-harbour-policy-dan-konten-ilegal/0/sorotan_media

- 5) *Ketentuan mengenai tata cara penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4) diatur dalam peraturan pemerintah."*

B. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan bagian dari sebuah penelitian yang menggunakan landasan teori yang akan digunakan. Fungsi dari kerangka ini untuk menyelidiki fakta serta membuktikan kebenarannya. Penulis akan menggunakan teori-teori sebagai berikut :

1. Teori Perlindungan Hukum

Teori ini merupakan perkembangan dari konsep pengakuan dan diatur dalam Pasal 28I ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945. Perlindungan hukum terhadap warga Indonesia menjadi tanggung jawab perwakilan Republik Indonesia. Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa *"penegakan hukum tidak hanya untuk mendapatkan kepastian hukum akan tetapi juga untuk mendatangkan kemanfaatan sosial dan keadilan."*

Teori ini didefinisikan sebagai pemberian Hak Asasi Manusia terhadap orang yang dirugikan oleh pihak lain dengan tujuan untuk mendapatkan proteksi perlindungan kepada masyarakat serta dapat memberikan kenikmatan hak-hak dari setiap masyarakat yang diberikan oleh hukum sendiri.¹³

Menurut Philipus M. Hadjon, Teori Perlindungan Hukum ini merupakan *"prinsip yang diterapkan kepada rakyat terhadap tindakan pemerintah yang bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia yang mengarah pada ketentuan batasan yang jelas"*.¹⁴

Teori ini bersangkutan dengan ke-27 prinsip Hak Asasi Manusia yang mewajibkan seseorang untuk tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dalam Undang-Undang yang telah dibuat untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain. Pembatasan yang ditetapkan dalam Undang-

¹³ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), halaman 53

¹⁴ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Rakyat bagi Rakyat di Indonesia* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), halaman 38.

Undang yang dimaksud dalam Penulisan ini adalah Undang-Undang Hak Cipta dan Undang-Undang Informasi dan Teknologi Elektronik.

2. Teori Negara Hukum

Teori negara hukum ini menyatakan bahwa fungsi serta tujuan dari suatu negara adalah untuk menjaga keadilan dan ketertiban masyarakat terutama Hak Asasi Manusia harus diakui dan dilindungi oleh negara. Hak yang dimaksud dalam Penulisan ini merupakan hak dalam hak cipta yang juga telah diatur oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 sehingga seluruh warga negara harus tunduk kepada hukum yang sama serta diperlakukan sama di mata hukum.

Di dalam konsep negara hukum terdapat konsep dimana tindakan suatu negara haruslah berdasarkan hukum yang memiliki pengertian bahwa hukum menjadi suatu acuan bagi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pemerintah. Menurut Arief Sidharta, mengenai pandangannya tentang unsur dan asas negara hukum meliputi "*Pengakuan, penghormatan, dan perlindungan Hak Asasi Manusia yang berakar dalam penghormatan atas martabat manusia (human dignity).*"¹⁵ Segala tindakan yang dilakukan, harus sesuai dengan aturan hukum yang ada dan ditetapkan. Arti permasalahan dalam teori ini adalah pelanggaran hak cipta orang yang dipotret (model) dalam hasil potret di media sosial Instagram.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam proposal ini, Penulis akan mengembangkan ini menjadi 5 (lima) bab dan bab-bab ini akan terbagi atas sub-bab lainnya. Berikut adalah sistematika Penulisan di bawah ini :

BAB I : PENDAHULUAN

¹⁵ Negara Hukum, Prof. Dr. Jimly Asshiddiqie, "Gagasan Negara Hukum Indonesia, Diakses 18 Juli 2021

"<https://pn-gunungsitoli.go.id/>

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika Penulisan. Pada latar belakang masalah memuat aspek-aspek sehingga diketahui isu hukum yang termuat pada sub bab rumusan masalah. Dalam rumusan masalah memuat 2 (dua) permasalahan yakni:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum di Indonesia mengenai penggunaan potret tanpa izin orang yang dipotret (model) di media sosial Instagram?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh orang yang dipotret (model) tersebut dalam mengatasi pelanggaran yang terjadi atas potret dirinya?

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai penjelasan lebih dalam mengenai rumusan masalah yang dihadapi dan dikolerasikan dengan konsep serta teori-teori serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan sehingga menjadikan sebuah hasil analisis yang dapat tercapai untuk mendapatkan jawabannya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, bahan hukum yang digunakan hingga pada pengolahan data hukum yang berkaitan dengan proposal ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas perlindungan hukum yang dapat diperoleh oleh orang yang dipotret (model) selaku korban (baik itu yang potretnya digunakan tanpa izin untuk kepentingan non-komersial maupun yang untuk tujuan komersial seperti untuk *online shop* dan Instragram akun bisnis lainnya) dengan ketentuan peraturan yang berlaku dan menganalisa serta mengetahui dampak-dampak apa saja yang dapat terjadi dan bagaimana peran hukum dalam mengatasi permasalahan ini.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdiri atas kesimpulan dan saran yang dapat berfungsi untuk memberikan pengetahuan bagi para pembaca serta masyarakat Indonesia akan adanya permasalahan ini, serta termasuk menyadarkan pihak pemerintah Republik Indonesia mengenai pentingnya penanganan khusus terhadap kasus semacam ini, baik dari tingkat bahayanya, maupun cara penanggulangannya.

