



Problema Industri Musik Di Era Digital

Belinda Wijaya*, Catharina Ria Budiningsih

Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

Email: 8052401001@student.unpar.ac.id*

Abstrak

Industri musik di era digital mengalami transformasi signifikan yang mempengaruhi berbagai aspek, mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi musik. Perkembangan teknologi digital, khususnya internet dan platform streaming, telah merubah cara musik diproduksi, didistribusikan, dan dinikmati oleh masyarakat. Meskipun teknologi ini membuka peluang baru bagi musisi dan label rekaman untuk menjangkau audiens global, ada sejumlah problema yang muncul, seperti menurunnya pendapatan dari penjualan fisik, ketergantungan pada platform digital, serta tantangan dalam perlindungan hak cipta dan royalti. Selain itu, industri musik menghadapi pergeseran dalam perilaku konsumen, dengan preferensi yang lebih besar terhadap akses mudah dan cepat melalui layanan streaming dibandingkan dengan pembelian album atau lagu secara fisik. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi permasalahan yang dihadapi oleh industri musik di era digital, serta memberikan gambaran tentang dampak positif dan negatif dari perubahan ini terhadap musisi, produser, dan konsumen. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam industri musik untuk menavigasi tantangan di era digital serta mengoptimalkan peluang yang ada.

Kata kunci: Industri musik; Hak cipta; Perlindungan hukum di era digital

Abstract

The music industry in the digital era has undergone a significant transformation that affects various aspects, ranging from production, distribution, to music consumption. The development of digital technology, especially the internet and streaming platforms, has changed the way music is produced, distributed, and enjoyed by the public. While this technology opens up new opportunities for musicians and record labels to reach a global audience, there are a number of emerging problems, such as declining revenue from physical sales, reliance on digital platforms, and challenges in copyright and royalty protection. Additionally, the music industry is facing a shift in consumer behavior, with a greater preference for easy and quick access through streaming services compared to physically buying albums or songs. This research aims to explore the problems faced by the music industry in the digital age, as well as provide an overview of the positive and negative impacts of these changes on musicians, producers, and consumers. It is hoped that the results of this research can provide insight for parties involved in the music industry to navigate the challenges in the digital era and optimize existing opportunities.

Keywords: Music industry; Copyright; Legal protection in the digital era

PENDAHULUAN

Industri musik telah mengalami perjalanan yang panjang dalam perkembangannya. Berawal dari penemuan phonograph oleh Thomas Edison pada tahun 1877 (Irka, 2023). Kemudian berkembang menjadi piringan hitam, lalu berubah menjadi kaset pada tahun 1932, kemudian berkembang kembali menjadi dalam bentuk CD pada tahun 1980-an. Pada tahun 1990an terjadi perubahan mencolok dimana CD berubah menjadi teknologi MP3. Kemajuan teknologi komunikasi dan industri telepon genggam yang terus berkembang membuat industri musik berkembang pula, hingga pada tahun 2010-an, masuk pada era digital dimana untuk mendengarkan musik dapat dilakukan pada berbagai platform digital yang tersedia (Budimansyah & Febiana, 2024; Gea & Nugroho, 2022; Mohammad, 2025). Era digital tidak hanya memudahkan distribusi dan konsumsi musik, tetapi juga membuka ruang baru bagi pencipta dan pelaku musik untuk mempublikasikan karya mereka tanpa perantara industri konvensional seperti label rekaman (Artista, 2024; Briliana et al., 2024; M Khaikal & I Dewa Nyoman Supenida, 2024). Meski demikian, kemudahan ini juga membawa permasalahan hukum yang kompleks, khususnya terkait perlindungan hak cipta dan monetisasi karya secara adil bagi pencipta.

Di Indonesia, hukum yang mengatur hak kekayaan intelektual dalam konteks musik secara utama diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut "UU 28/2014"). Dalam undang-undang tersebut, ciptaan musik termasuk

dalam kategori karya yang dilindungi secara hukum sebagai bagian dari karya seni dan rekaman suara. Perlindungan hukum ini mencakup hak moral dan hak ekonomi dari pencipta atau pemegang hak (Alifatul Junaida, 2021; Rafik, 2019; Restuningsih et al., 2021; Saputra et al., 2022). Hak moral melindungi hak pencipta untuk tetap dicantumkan namanya dalam karya serta menjaga keutuhan ciptaan, sedangkan hak ekonomi memberikan wewenang eksklusif bagi pencipta untuk mengizinkan atau melarang penggunaan ciptaan mereka, seperti dalam hal penggandaan, distribusi, pertunjukan, dan penyiaran (Magdariza, 2023; Sihite et al., 2024). Untuk pengelolaan hak ekonomi secara kolektif, undang-undang ini juga membentuk Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) yang bertugas menarik dan mendistribusikan royalti kepada para pencipta.

Dalam praktiknya, perkembangan teknologi digital telah memunculkan berbagai bentuk kreatifitas baru di dunia musik, termasuk melalui platform media sosial seperti TikTok. Salah satu contoh yang dapat menjadi perhatian adalah sebuah konten di mana seorang konten kreator melakukan penampilan spontan di ruang publik dengan memainkan piano dan mengajak seorang pengunjung secara acak untuk menyanyikan lagu ciptaan orang lain. Lagu tersebut telah diaransemen ulang dan dinyanyikan secara langsung di tempat tersebut dan menarik perhatian orang-orang di sekitarnya (Jelita, 2021; Wahidin & Safaruddin, 2024). Penampilan tersebut kemudian direkam dan disebarluaskan melalui akun media sosial kreator, khususnya di TikTok. Perlu dicatat bahwa TikTok memiliki sistem monetisasi yang disebut Creator Rewards Program, yang memberikan insentif uang tunai kepada kreator atas konten orisinal berdurasi lebih dari satu menit (TikTok Support, n.d.). Dengan demikian, konten video tersebut berpotensi menghasilkan keuntungan finansial bagi kreator, meskipun sebagian besar materi kontennya menggunakan lagu yang hak ciptanya dimiliki oleh pihak lain.

Dalam konteks hukum kekayaan intelektual, kasus semacam ini menimbulkan berbagai pertanyaan kritis. Salah satunya adalah mengenai apa yang dapat diklasifikasikan sebagai "karya orisinal" dalam konteks monetisasi digital. Apakah aransemen ulang dari lagu ciptaan orang lain yang dinyanyikan oleh orang lain, dan kemudian dipublikasikan oleh pihak ketiga, dapat disebut sebagai karya orisinal milik sang kreator video? Selain itu, apakah tindakan mengunggah ulang dan memonetisasi konten tersebut tanpa izin dari pemilik hak cipta asli merupakan bentuk pelanggaran hak ekonomi dari pencipta lagu? Persoalan ini semakin kompleks ketika platform seperti TikTok memberikan keuntungan ekonomi kepada kreator atas konten yang mungkin mengandung elemen ciptaan orang lain tanpa lisensi yang sah.

Regulasi Indonesia secara prinsip mewajibkan setiap pihak yang menggunakan ciptaan milik orang lain untuk mendapatkan izin terlebih dahulu dari pencipta atau pemegang hak cipta. Pasal 9 UU 28/2014 menyatakan bahwa penggunaan ciptaan tanpa izin, termasuk dalam bentuk pertunjukan dan komunikasi kepada publik, merupakan pelanggaran terhadap hak ekonomi pencipta. Namun, dalam praktiknya, pengawasan terhadap konten digital masih menghadapi kendala signifikan, terutama dalam mendeteksi pelanggaran yang terjadi di ruang digital dengan skala besar dan cepat. Di sisi lain, platform seperti TikTok memang menyediakan sistem pendeteksian konten melalui teknologi Content ID dan lisensi umum dengan pihak label rekaman, namun tidak semua lagu atau aransemen tercakup dalam sistem tersebut, sehingga kemungkinan terjadinya pelanggaran hak cipta masih cukup tinggi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: pertama, bagaimana Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dapat melindungi ciptaan dari seorang pencipta di era digital? Kedua, bagaimana efektivitas aturan di platform TikTok dalam industri musik di era digital? Pertanyaan-pertanyaan ini akan menganalisis sejauh mana perlindungan hukum yang diberikan oleh undang-undang tersebut terhadap karya ciptaan di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan penggunaan platform digital seperti TikTok dalam industri musik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis-normatif. Penelitian akan dikaji berdasarkan asas-asas hukum, sistematika hukum, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Nasution, 2008). Data akan ditarik berdasarkan studi kepustakaan. Data akan terdiri bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang relevan dengan topik dalam penelitian. Data yang diperoleh akan dilakukan analisis dengan menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dan metode pendekatan perbandingan. Metode pendekatan perundang-undangan adalah dengan mengkaji seluruh peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian. Metode pendekatan perbandingan adalah dengan membandingkan suatu sistem hukum dalam satu negara dengan suatu sistem hukum yang berada di negara lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam cara masyarakat mengakses, menikmati, dan menciptakan musik. Dalam konteks hukum kekayaan intelektual, perubahan ini membawa konsekuensi yang besar terhadap sistem perlindungan hak cipta, terutama dalam hal pemanfaatan ciptaan oleh pihak lain di luar pengawasan langsung pencipta. Salah satu fenomena yang menonjol adalah maraknya penggunaan lagu ciptaan orang lain dalam konten video di platform media sosial seperti TikTok, baik dalam bentuk cover, remix, maupun aransemen ulang. Di Indonesia sendiri suatu karya lagu dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Sesuai dengan Pasal 1 angka 3 UU 28/2014, yang dimaksud dengan Ciptaan adalah (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014):

“Pasal 1 angka 3 UU 28/2014

Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.”

Berdasarkan pengertian tersebut, karya dalam industri musik berupa lagu merupakan sebuah bentuk Ciptaan. *Bahwa* Ciptaan merupakan objek yang dilindungi dalam UU 28/2014, sesuai dengan Pasal 40 ayat (1) huruf d, yang berbunyi:

“Pasal 40 ayat (1) huruf d UU 28/2014

Ciptaan yang dilindungi meliputi Ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas: ... lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks”

Bahwa karya lagu yang dilindungi dalam UU 28/2014 mendapatkan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi. Hak moral diatur dalam Pasal 5 ayat (1) UU 28/2014, yang berbunyi:

“Pasal 5 ayat (1) UU 28/2014

hak moral sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri Pencipta untuk:

a. Tetap mencantumkan atau tidak mencantumkan namanya pada salinan sehubungan

- dengan pemakaian Ciptaannya untuk umum;*
- b. Menggunakan nama aliasnya atau samarannya;*
- c. Mengubah Ciptaannya sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat;*
- d. Mengubah judul dan anak judul Ciptaan; dan*
- e. Mempertahankan haknya dalam hal terjadi distorsi Ciptaan, mutilasi Ciptaan, modifikasi Ciptaan, atau hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya.”*

Berdasarkan pengertian tersebut, hak moral yang dimiliki oleh Pencipta suatu karya lagu merupakan hak non-materiil yang dimiliki Pencipta atas hasil karyanya. Selain hak moral, UU 28/2014 memberikan hak ekonomi atas Ciptaan. Hak ekonomi diatur dalam Pasal 9 ayat (1) UU 28/2014, yang berbunyi:

“Pasal 9 ayat (1) UU 28/2014

Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan:

- a. Penerbitan Ciptaan;*
- b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya;*
- c. Penerjemahan Ciptaan;*
- d. Pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian Ciptaan;*
- e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya;*
- f. Pertunjukan Ciptaan;*
- g. Pengumuman Ciptaan;*
- h. Komunikasi Ciptaan; dan*
- i. Penyewaan Ciptaan.”*

Berdasarkan pengertian tersebut, yang dimaksud dengan hak ekonomi atas Ciptaan adalah berbagai hal yang dapat menimbulkan keuntungan secara materiil yang dapat diperoleh oleh Pencipta atas Ciptaan yang diciptakannya, baik yang dikerjakan oleh dirinya sendiri maupun yang dikerjakan oleh orang lain. Hal yang menarik, sesuai dengan kasus yang telah dicantumkan sebelumnya, jika seseorang yang menggunakan Tiktok untuk mendapatkan keuntungan atas suatu karya lagu yang diaransemen oleh dirinya, maka hal tersebut termasuk kedalam kategori penggunaan komersial, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 angka 24 UU 28/2014, yang berbunyi:

“Pasal 1 angka 24 UU 28/2014

Penggunaan Secara Komersial adalah pemanfaatan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi dari berbagai sumber atau berbayar.”

Berdasarkan pengertian tersebut, maka apabila suatu Ciptaan digunakan untuk tujuan komersial, yang memperoleh keuntungan, maka pengguna Ciptaan tersebut harus mendapatkan izin dari Pencipta terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan Pasal 9 ayat (2) UU 28/2014, yang berbunyi:

“Pasal 9 ayat (2) UU 28/2014

Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.”

Apabila tidak mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta, maka konten kreator yang mempublikasikan karyanya dapat dianggap melakukan pelanggaran atas hak cipta. Sanksi yang dapat diterima oleh konten kreator, sesuai dengan Pasal 113 ayat (2) UU 28/2014, adalah:

“Pasal 113 ayat (2) UU 28/2014

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).”

Apabila dielaborasi dengan kasus yang disampaikan sebelumnya, dalam hal ini *platforms* yang menyediakan wadah untuk melakukan publikasi adalah Tiktok. Tiktok memiliki pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual dan melindungi Ciptaan untuk dapat digunakan dan dapat dilindungi sebagaimana mestinya. Aturan dalam *platforms* TikTok mengenai Hak Kekayaan Intelektual adalah:

- Menjaga dan menghargai hak kekayaan intelektual masing-masing pencipta;
- Apabila ada konten yang melanggar hak kekayaan intelektual maka konten akan dihapus dan bisa saja sampai akun konter kreator dilarang untuk mempublikasi lagi
- Disediakan form untuk menyatakan diri untuk dilindungi dengan aturan *Article 17 of the Copyright Directive (EU 2019/790)*, sehingga karya dapat diberikan perlindungan hukum
- Apabila perselisihan tidak dapat didamaikan kembali, maka Tiktok menyarankan untuk menyelesaikan sesuai ketentuan peradilan di negara masing-masing

Berdasarkan aturan-aturan yang disampaikan tersebut, dapat dilihat bahwa Tiktok juga memberikan perlindungan hukum bagi Pencipta dan Karya Ciptaan, tidak hanya dalam wilayah Negara Indonesia namun untuk seluruh dunia.

Berdasarkan kasus yang disampaikan, lagu telah mengalami perubahan dari bentuk aslinya, sesuai dengan Pasal 40 ayat (1) huruf O UU 28/2014, bahwa Ciptaan yang telah mengalami aransemen juga merupakan Ciptaan yang dilindungi. Pasal 9 juga menyatakan bahwa Ciptaan dengan aransemen tetap harus mendapatkan izin terlebih dahulu dari Pencipta. Namun, hak ekonomi terhadap Ciptaan memiliki masa berlaku. Pasal 58 ayat (1) UU 28/2014, menyatakan bahwa:

“Pasal 58 ayat (1) UU 28/2014

Perlindungan Hak Cipta atas Ciptaan: lagu atau musik dengan atau tanpa teks... berlaku

selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.”

Berdasarkan hal tersebut, kasus harus dilihat secara *case by case* dengan memperhatikan lagu apa yang dibawakan, apakah telah lewat masa berlaku hak ekonominya atau masih di dalam masa berlaku hak ekonomi lagu tersebut. Lebih lanjut, dengan melihat dan menganalisis kasus berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah disebutkan, tampak bahwa sistem hukum Indonesia telah memberikan perlindungan yang cukup komprehensif bagi pencipta karya musik, baik dari sisi moral maupun ekonomi. Namun demikian, perkembangan teknologi di era digital, terutama kemunculan *platform* media sosial seperti TikTok, menghadirkan tantangan baru yang tidak selalu dapat dijawab sepenuhnya oleh ketentuan yang ada. Dalam kasus seperti yang telah dijabarkan, di mana seorang kreator mengaransemen ulang lagu yang diciptakan oleh orang lain dan menyebarkannya secara luas melalui *platform* digital, muncul persoalan kompleks mengenai batas antara transformasi kreatif dan pelanggaran hak cipta.

Secara hukum, meskipun aransemen atau transformasi merupakan suatu bentuk kreativitas baru, hal itu tidak otomatis menjadikan hasil akhirnya sebagai karya yang sepenuhnya orisinal apabila tetap bergantung pada unsur utama ciptaan asal. Oleh karena itu, hak ekonomi atas karya aransemen tetap berada di bawah kuasa pencipta asli, kecuali telah terjadi perjanjian lisensi atau peralihan hak secara sah. Aransemen tersebut, walaupun dilindungi sebagai Ciptaan baru berdasarkan Pasal 40 ayat (1) huruf o UU 28/2014, tetap tidak boleh dilakukan secara sepihak apabila karya awalnya masih berada dalam masa perlindungan hak ekonomi. Sehingga, konten kreator yang melakukan pengaransemen tanpa izin untuk tujuan komersial dapat terjerat sanksi pidana sesuai Pasal 113 ayat (2) UU 28/2014.

Situasi ini menjadi semakin rumit karena dalam praktiknya, konten kreator tidak hanya memanfaatkan karya untuk konsumsi pribadi, tetapi juga memperoleh pendapatan dari sistem monetisasi yang disediakan *platform* seperti TikTok. Padahal, menurut Pasal 1 angka 24 UU 28/2014, setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan termasuk dalam “penggunaan secara komersial”. Oleh sebab itu, bentuk-bentuk penggunaan karya cipta yang tampak “sederhana” dalam ruang digital tetap memerlukan pengawasan dan perlindungan hukum yang kuat, terutama jika aktivitas tersebut berpotensi memberikan dampak ekonomi yang cukup signifikan.

Sebelumnya juga telah disampaikan bahwa Tiktok memiliki perlindungan berupa Article 17 of the Copyright Directive (EU 2019/790). Article 17 of the Copyright Directive (EU 2019/790) ini merupakan ketentuan yang mewajibkan penyedia layanan berbagi konten online (dalam hal ini Tiktok) untuk bertanggung jawab atas penggunaan konten yang dilindungi hak cipta tanpa izin yang sah (Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council, 2019). Tujuan dari Article 17 ini adalah untuk meningkatkan partisipasi penyedia layanan berbagi konten online dalam mencegah pelanggaran hak cipta dan melindungi hak-hak pemegang hak cipta. Penerapan yang dapat digunakan untuk mewujudkan Article 17 ini adalah dengan mewajibkan lisensi atau sistem pencegahan otomatis yang harus dimiliki oleh penyedia layanan berbagi konten online. Meskipun TikTok telah menyediakan sistem pelaporan serta menjalin kerja sama lisensi dengan beberapa label musik, pelaksanaan perlindungan terhadap hak cipta masih memiliki keterbatasan.

Lebih lanjut, di Indonesia sendiri belum terdapat aturan teknis turunan yang mengatur

secara tegas bagaimana *platform* digital harus bertanggung jawab terhadap monetisasi konten yang mengandung unsur ciptaan milik pihak ketiga. Hal ini menimbulkan ketimpangan antara pemanfaat konten (konten kreator) dan pemilik hak (pencipta lagu). Akibatnya, meskipun terdapat perlindungan hukum secara normatif, implementasi di lapangan sering kali tidak memberikan keadilan yang seimbang, karena pencipta tidak selalu mendapatkan kompensasi yang layak, sementara kreator memperoleh manfaat ekonomi secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hak cipta dalam industri musik di era digital menghadapi tantangan baru yang berkaitan dengan perkembangan teknologi dan kebiasaan digital masyarakat. Meskipun Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah mengatur secara komprehensif mengenai hak moral dan ekonomi pencipta, implementasinya dalam konteks media sosial seperti TikTok masih belum optimal. Oleh karena itu, problema yang terjadi dalam industri musik pada era digital harus dilihat *case by case*. Pengaturan dan penerapan aturan pun harus dilihat dengan teliti, agar dapat memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak. Kesimpulan berdasarkan yang telah disampaikan sebelumnya, apabila konten kreator menayangkan kontennya, dapat dikategorikan menjadi hal-hal ini: a) Apabila lagu telah menjadi domain publik, maka tidak ada pelanggaran; b) Apabila lagu masih memiliki hak ekonomi, maka konten kreator perlu untuk meminta izin terlebih dahulu kepada Pencipta; c) Penyedia layanan berbagi konten *online* yang memiliki kewajiban dalam mencari lisensi untuk lagu yang akan dibagikan atau memiliki sistem pencegahan otomatis dari konten yang hendak ditayangkan.

Semuanya kembali lagi kepada peran aktif dari masing-masing pihak, bahwa dalam mengunggah karya ke media sosial harus dengan itikad baik dan harus didasari untuk tidak merugikan pihak lain demi mengambil keuntungan diri sendiri. Selain itu, definisi orisinalitas yang digunakan oleh *platform* digital perlu ditinjau ulang agar tidak menimbulkan kerugian terhadap pemilik hak cipta asli. Maka dari itu, diperlukan penguatan sinergi antara pemerintah, pemegang hak, dan *platform* digital untuk menciptakan ekosistem musik yang adil dan berkelanjutan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifatul Junaida, S. S., & —. (2021). Perlindungan hukum terhadap karya cipta e-book di aplikasi Google Play Books berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. *Jurnal Yustitia*, 21(2). <https://doi.org/10.53712/yustitia.v21i2.986>
- Artista, L. J. (2024). Strategi, kreativitas, dan kompetensi teknis musisi muda dalam penggunaan DAW di era digital. *Community Development Journal*, 5(6).
- Briliana, F., Aziza, R. Y., & Haq, H. L. (2024). Manajemen produksi dan pemasaran program Radio Geronimo FM di era digital. *Jurnal Audiens*, 5(3). <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.389>
- Budimansyah, R., & Febiana, S. (2024). Transformasi bahasa daerah dalam industri musik populer di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa Sastra*, 1(1).
- Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council. (2019). *Copyright and related rights in the Digital Single Market*. <https://www.legislation.gov.uk/eudr/2019/790/article/17>

- Gea, D. Y., & Nugroho, A. Y. (2022). Studi komparatif industri musik di Indonesia, Korea Selatan, dan Jepang sebagai inovasi ekonomi kreatif. *Global Insight Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.52447/gij.v7i2.6585>
- Irka, M. (2023, March 3). Transformasi industri musik dari awal ke era digital. *Indonesiana.id*. <https://www.indonesiana.id/read/162348/transformasi-industri-musik-dari-awal-ke-era-digital>
- Jelita. (2021). Money-making platform business through Video Snack application in perspective akad ju'alāh. *Jurista: Jurnal Hukum dan Keadilan*, 5(2). <https://doi.org/10.22373/jurista.v5i2.15>
- Khaikal, M., & Supenida, I. D. N. (2024). Pengaruh musik gamelan di era modern: Transformasi budaya dan identitas sosial. *Merdeka: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3). <https://doi.org/10.62017/merdeka.v2i3.3687>
- Magdariza, M. (2023). Analisis yuridis terhadap hak ekonomi dan hak moral berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta dalam rangka liberalisasi perdagangan. *UNES Law Review*, 5(4). <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4.590>
- Mohammad, M. F. (2025). Transformasi produksi musik di era digital: Studi kasus label musik besar dan dampaknya pada industri musik global. *Profilm: Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman dan Pertelevision*, 4(2). <https://doi.org/10.56849/jpf.v4i2.90>
- Nasution, B. J. (2008). *Metode penelitian ilmu hukum*. Mandar Maju.
- Rafik, S. M. (2019). *Perlindungan hukum bagi pencipta yang karya videonya diunggah kembali (reupload) di YouTube secara ilegal menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta* [Skripsi/Tesis].
- Restuningsih, J., Roisah, K., & Prabandari, A. P. (2021). Perlindungan hukum ilustrasi digital berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. *Notarius*, 14(2), 957–971.
- Saputra, E. R., Fahmi, F., & Daeng, Y. (2022). Mekanisme pembayaran royalti untuk kepentingan komersial berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3). <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4490>
- Sihite, S., Aritonang, A. M., Pasaribu, E. S., Siburian, P. R., Manurung, M. F., & Siahaan, P. G. (2024). Perlindungan hak cipta film dalam pengelolaan platform digital berbasis teknologi user generated content (UGC). *Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2(1). <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v2i1.4814>
- TikTok. (2025, March 27). *Intellectual property rights*. <https://www.tiktok.com/legal/page/global/copyright-policy/en>
- TikTok Support. (n.d.). *TikTok creator rewards program*. <https://www.tiktok.com/creator-academy/id-ID/article/creator-rewards-program-faq-2>
- Wahidin, W., & Safaruddin, S. (2024). Pemberian imbalan via aplikasi TikTok perspektif hukum ekonomi syariah: Analisis terhadap program TikTok Affiliate. *Taqnin: Jurnal Syariah dan Hukum*, 6(1). <https://doi.org/10.30821/taqnin.v6i01.20730>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)