

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG MONETISASI, PODCAST, DAN INDUSTRI KREATIF DALAM KERANGKA HUKUM BISNIS

A. Tinjauan Umum tentang Podcast, Monetisasi Podcast, dan Industri Kreatif

1. Pengertian tentang Perjanjian, Podcast dan Monetisasi Podcast

Podcast memiliki posisi unik yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam kerangka hukum yang ada. Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik, podcast secara eksplisit didefinisikan sebagai: "Layanan konten audio digital yang disalurkan melalui sistem elektronik dan dapat diakses oleh publik secara on-demand, tanpa terikat waktu penyiaran tertentu, dengan karakteristik mampu didistribusikan melalui berbagai platform digital."

Perbedaan mendasar antara podcast dengan siaran tradisional tercermin dalam beberapa aspek krusial ialah dari segi teknis penyiaran, podcast tidak menggunakan spektrum frekuensi radio sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Hal ini membawa konsekuensi hukum yang signifikan karena podcast tidak tunduk pada ketentuan alokasi frekuensi dan tidak memerlukan izin penyiaran seperti halnya stasiun radio konvensional. Juga sifat podcast yang non-linear (dapat diakses kapan saja sesuai keinginan pendengar) menciptakan tantangan tersendiri dalam penerapan regulasi konten.

Berbeda dengan siaran radio tradisional yang bersifat linear dan real-time, podcast memungkinkan pendengar untuk mengakses konten secara retroaktif, sehingga memerlukan pendekatan regulasi yang berbeda.

Aspek produksi dan distribusi, podcast memiliki karakteristik yang lebih fleksibel dan desentralistik. Sementara siaran tradisional memerlukan infrastruktur pemancar yang besar, podcast dapat diproduksi dengan peralatan sederhana dan didistribusikan melalui berbagai platform digital tanpa memerlukan investasi infrastruktur yang masif. Serta dalam hal model bisnis, podcast mengandalkan monetisasi digital yang berbeda dengan model pendapatan siaran tradisional yang berbasis iklan radio. Podcast memiliki berbagai alternatif monetisasi seperti program sponsorship, langganan premium, dan sistem donasi yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam kerangka regulasi yang ada.

Ketiadaan definisi eksplisit tentang podcast dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menciptakan kekosongan hukum yang perlu diisi dengan regulasi khusus yang mampu mengakomodasi karakteristik unik medium ini, sambil tetap menjamin perlindungan hukum bagi semua pihak yang terlibat.

Penyelenggaraan penyiaran melalui podcast, yang saat ini tengah berkembang di seluruh dunia, masih menghadapi berbagai problematika, termasuk di Indonesia. Salah satu tantangan utama adalah belum adanya pengaturan hukum yang jelas mengenai kegiatan penyiaran podcast di Indonesia. Ketidakjelasan ini disebabkan oleh definisi podcast itu sendiri,

yang di satu sisi dapat dikategorikan sebagai bentuk kegiatan penyiaran, namun di sisi lain juga dapat dianggap sebagai layanan Over The Top (OTT).

Pendekatan dalam mengelola sektor penyiaran dan media informatika lainnya semakin saling terkait dan mendekati satu sama lain. Hal ini mempengaruhi kompetisi industri dan kepentingan masyarakat dalam jangka panjang. Industri penyiaran sekarang menghadapi tantangan yang sama dengan media berbasis internet, dengan tujuan bersama untuk menciptakan "level playing field" bagi semua penyedia jasa telekomunikasi. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (UU Telekomunikasi) menjadi dasar regulasi bagi bisnis jasa dan konten/aplikasi teknologi komunikasi, yang bertujuan mendorong iklim usaha yang sehat dan melindungi kepentingan nasional di bidang telekomunikasi dan informatika. (Krisnadi, 2011, p. 25) Seiring dengan perkembangan teknologi, Undang-Undang Telekomunikasi saat ini tidak mampu mengakomodasi dengan baik penyiaran berbasis internet, seperti podcast. Materi yang diatur dalam UU Telekomunikasi lebih menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan dan dorongan untuk tumbuhnya industri serta terjaminnya akses masyarakat dalam mendapatkan informasi. Namun, terdapat gap yang jelas antara regulasi yang ada dengan perkembangan media penyiaran berbasis internet yang semakin pesat, sehingga tidak ada pengaturan yang memadai untuk media baru ini.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, n.d.) perjanjian (secara tertulis) antara dua pihak dalam perdagangan, sewa-menyewa, dan sebagainya; (Sisca Ferawati, n.d.) dan, persetujuan yang bersanksi hukum antara dua pihak atau lebih untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan. Dalam KUH Perdata, Pasal 1313 dinyatakan bahwa, "suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih". Menurut para ahli hukum (HS Haim, R Subekti, Mariam Badrul Zaman) pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 mengandung kelemahan. Selain itu, definisi ini dianggap tidak jelas, tidak mencerminkan prinsip konsensualisme, dan bersifat dualistic. kelemahan-kelemahan tersebut:

a. Rumusan Terlalu Luas:

Pasal 1313 mencakup berbagai perbuatan hukum, termasuk perbuatan yang tidak memiliki sifat perjanjian, seperti perbuatan sosial dan perbuatan melawan hukum. Hal ini menyebabkan definisi menjadi

kurang spesifik dan dapat menimbulkan kebingungan dalam penerapannya.

b. Tidak Jelas.

Definisi dalam Pasal 1313 kurang jelas karena setiap perbuatan dapat dianggap sebagai perjanjian. Hal ini dapat menyebabkan ketidakjelasan tentang kapan suatu perbuatan dapat disebut sebagai perjanjian dan kapan tidak, sehingga dapat menimbulkan sengketa.

c. Tidak Tampak Asas Konsensualisme:

Pasal 1313 tidak secara eksplisit mencerminkan asas konsensualisme, yaitu prinsip bahwa perjanjian sah jika didasarkan pada kesepakatan para pihak. Hal ini dapat menyebabkan interpretasi yang berbeda-beda tentang syarat sah suatu perjanjian.

d. Bersifat Dualistik.

Definisi dalam Pasal 1313 dianggap bersifat dualistik karena hanya mengacu pada perjanjian sepihak, di mana hanya satu pihak yang mengikatkan diri. Hal ini tidak mencakup perjanjian timbal balik, di mana kedua atau lebih pihak saling mengikatkan diri.

e. Hanya Menyangkut Perjanjian Sepihak:

Rumusan "satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya" hanya menyangkut perjanjian

sepihak, sehingga tidak mencakup perjanjian timbal balik (kontrak), (Abdulkadir Muhammad, 2014, p. 41) R. Setiawan (R. Setiawan, 1982, p. 49) berpendapat bahwa definisi perjanjian dalam Pasal 1313 tidak lengkap dan sangat luas, sehingga perlu diperbaiki. Oleh karena itu, sebaiknya diambil pengertian perjanjian menurut doktrin (R. Setiawan, 1982, p. 49). perjanjian adalah perbuatan hukum antara para pihak saling mengikatkan diri untuk melaksanakan hak-dan kewajiban mereka.

Kontrak adalah hubungan hukum antara dua pihak atau lebih di bidang hukum properti yang mengharuskan satu pihak untuk melakukan dan yang lain untuk melakukan. (Fuady, 2001, p. 51) Berdasarkan Pasal 1234 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata prestasi ini dapat berupa “memberi sesuatu”, “berbuat sesuatu” dan “tidak berbuat sesuatu”. Apa yang dimaksud dengan “sesuatu” disini tergantung daripada maksud atau tujuan para pihak yang mengadakan hubungan hukum, apa yang akan diberikan, yang harus diperbuat dan tidak boleh diperbuat. Perkataan “sesuatu” tersebut dapat dalam bentuk materiil (berwujud) dan dapat dalam bentuk immateriil (tidak berwujud).

Menurut Subekti (Subekti, 2007, p. 78), definisi perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. KRMT Tirtodiningrat berpendapat, perjanjian adalah suatu perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat diantara dua orang atau lebih untuk

menimbulkan akibat – akibat hukum yang dapat dipaksakan oleh Undang – undang. KRMT Tirtodiningrat berpendapat, perjanjian adalah suatu perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat diantara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibat – akibat hukum yang dapat dipaksakan oleh Undang – undang.

Jika seseorang ingin melakukan perjanjian maka haruslah seseorang itu memenuhi syarat – syarat yang diperlukan untuk sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata.

Syarat tersebut baik mengenai pihak yang membuat perjanjian atau biasa juga disebut syarat subjektif maupun syarat mengenai perjanjian itu sendiri (isi perjanjian) atau yang biasa disebut syarat objektif. Kesepakatan yang dimaksudkan dalam pasal ini adalah persesuaian kehendak antara para pihak, yaitu bertemunya antara penawaran dan penerimaan (Hukum, 2008, p. 75). Sementara itu kecakapan adalah kemampuan menurut hukum untuk melakukan perbuatan hukum (perjanjian) (Hukum, 2008, p. 76) atau kemampuan memahami akibat dan tanggungjawab ketika melakukan suatu perbuatan.

Perjanjian yang sah adalah persetujuan yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh undang-undang, sehingga perbuatan tersebut mengikat secara hukum. Beberapa syarat untuk perjanjian yang berlaku umum tetapi diatur di luar Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu sebagai berikut (Munir, 2002, p. 16):

- a. Perjanjian harus dilakukan dengan iktikad baik, artinya kedua belah pihak yang melakukan perjanjian harus melaksanakan isi perjanjian itu dengan sukarela dan tanpa paksaan, serta dengan iktikad yang benar-benar mau melaksanakan isi perjanjian yang disepakati.
- b. Perjanjian tidak boleh bertentangan dengan kebiasaan yang berlaku, artinya isi dari perjanjian tidak dibenarkan bertentangan dengan kebiasaan yang berlaku di tengah-tengah masyarakat, tidak boleh bertentangan dengan kondisi yang ada dalam masyarakat.
- c. Perjanjian harus dilakukan berdasarkan asas kepatutan, artinya perjanjian yang telah disepakati harus mengikuti asas yang tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku dalam masyarakat, tidak boleh melanggar hak-hak masyarakat.
- d. Perjanjian tidak boleh melanggar kepentingan umum, artinya kontrak yang dibuat tersebut tidak dibenarkan bertentangan dengan kepentingan yang ada dalam masyarakat, tidak boleh menimbulkan kerugian dalam masyarakat.

Perjanjian dapat dikatakan sah, menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan 4 syarat:

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- 3) Suatu hal tertentu;
- 4) Suatu sebab yang halal.

Dari perumusan pasal mengenai syarat sahnya perjanjian maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kesepakatan

Dalam suatu perjanjian kata sepakat sangat diperlukan, yaitu para pihak dalam perjanjian harus mempunyai kebebasan kehendak, artinya para pihak tidak dalam suatu tekanan dari pihak lainnya yang mengakibatkan adanya cacat dalam melakukan kehendaknya (I. Setiawan, 2016, p. 61). Dalam kata sepakat (*toesteming*) yang dalam pembentukannya terdapat unsur penawaran (*offer, offerte*) dan penerimaan (*acceptance, acceptatie*). Pada prinsipnya sepakat yaitu karena terjadinya kesesuaian antara penawaran dan penerimaan. Kata sepakat pada dasarnya yaitu adanya pertemuan antara dua kehendak (Ridwan, 2013, pp. 168–169). Dalam hukum perjanjian ada tiga sebab yang membuat kesepakatan tidak sah, yaitu:

- 1) Unsur Paksaan dari segi rohani atau paksaan jiwa (*psychis*), bukan paksaan badan (fisik). Contohnya salah satu pihak diancam atau diteror untuk melakukan suatu perjanjian dengan paksaan.
- 2) Kekeliruan atau kekhilafan yang dimana terjadi dikarenakan salah satu pihak khilaf terkait hal pokok dari perjanjian yang telah disepakati atau hal-hal penting yang dari objek yang diperjanjikan, atau tentang dengan siapa diadakannya perjanjian itu.
- 3) Penipuan yakni dimana salah satu pihak memberikan informasi

atau keterangan tidak benar atau palsu yang disertai dengan tipu muslihat untuk mengajak pihak lawannya memberikan persetujuannya.

b. Kecakapan

Dalam hukum seseorang dianggap cakap untuk melakukan suatu perjanjian jika orang tersebut sudah mencapai 21 tahun, namun terdapat pengecualian jika ia telah melaksanakan kawin sebelum mencapai 21 tahun sudah digolongkan sebagai orang yang cakap. Bagi setiap orang yang berumur 21 tahun keatas dianggap cakap oleh hukum, namun terdapat pengecualian terhadap seseorang yang berada dibawah pengampuan, sakit ingatan, dan gelap mata (Miru, 2011, p. 29), sehingga mereka tidak memahami akibat dan tanggungjawab atas perbuatan yang dilakukannya.

Dalam Pasal 1330 BW, ditentukan bahwa tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

- 1) Orang-orang yang belum dewasa
- 2) Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan
- 3) Orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang; dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

c. Suatu Hal Yang Tertentu

Syarat ketiga dari suatu perjanjian yaitu harus mengenai suatu hal tertentu, yang artinya hak-hak dan kewajiban para pihak dalam suatu perjanjian. Dalam hal ini prestasi dalam perjanjian dapat berwujud barang atau tenaga, dan tidak berbuat sesuatu (Miru, 2011)

Pasal 1333 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa, “Suatu persetujuan harus mempunyai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung”.

Dalam pasal ini mengandung makna eksplisit yang dimaksud dari suatu hal tertentu yaitu sebagai syarat objektif dari syarat sahnya perjanjian yaitu minimal sudah ditentukannya jenis barangnya, termasuk juga dapat ditentukannya dan dihitung kemudian barang, yang walaupun pada saat pelaksanaan perjanjian belum ditentukan (Miru & Pati, 2008, p. 76).

d. Sebab Yang Halal.

Syarat keempat dalam suatu perjanjian yaitu dengan adanya sebab yang halal. Adanya sebab dalam perjanjian ini dimaksudkan tiada lain dari pada isi perjanjian. Dalam Pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan, bahwa “Suatu perjanjian tanpa sebab, yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan”. Dorongan jiwa untuk membuat suatu perjanjian pada dasarnya tidak dipedulikan oleh undang-undang. Dalam pasal ini mengandung

makna eksplisit yaitu tentang salah satu syarat objektif dari keabsahan perjanjian, yaitu terkait sebab yang halal, dimana jika perjanjian yang dilaksanakan bertentangan dengan undang-undang, maka perjanjian yang tersebut batal demi hukum.

Adapun keempat syarat sah perjanjian yang disebutkan diatas dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kedua syarat pertama dinamakan syarat subjektif, karena kedua syarat tersebut mengenai subjek perjanjian, yang membahas mengenai para pihak yang melakukan perjanjian, dan, kedua syarat terakhir disebut syarat objektif, yang dimana kedua syarat terakhir ini mengenai objek perjanjian (Adonara, 2014, p. 87).

Perjanjian dapat dibatalkan jika syarat kesatu dan kedua tidak dipenuhi. Artinya, para pihak wajib memenuhi unsur ini, dimana unsur kesepakatan dan kecakapan harus dipenuhi. Pasal 1233 KUH Perdata menyatakan, bahwa “Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang”, ditegaskan bahwa setiap kewajiban perdata dapat terjadi karena dikehendaki oleh pihak-pihak yang terkait dalam perikatan/perjanjian yang secara sengaja dibuat oleh mereka, ataupun karena ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dengan demikian berarti perikatan adalah hubungan hukum antara dua atau lebih orang (pihak) dalam bidang/lapangan harta kekayaan, yang melahirkan kewajiban pada salah satu pihak dalam hubungan hukum tersebut (Muljadi & Widjaja, 2003, p. 17).

Menurut Sutarno, perjanjian dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu :

a. Perjanjian timbal balik

Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang dibuat dengan meletakkan hak dan kewajiban kepada kedua pihak yang membuat perjanjian. Misalnya perjanjian jual beli Pasal 1457 KUHPerdara dan perjanjian sewa menyewa Pasal 1548 KUHPerdara. Dalam perjanjian jual beli hak dan kewajiban ada di kedua belah pihak. Pihak penjual berkewajiban menyerahkan barang yang dijual dan berhak mendapat pembayaran dan pihak pembeli berkewajiban membayar dan hak menerima barangnya.

b. Perjanjian Konsensual, riil dan formil

Perjanjian konsensual adalah perjanjian yang dianggap sah apabila telah terjadi kesepakatan antara pihak yang membuat perjanjian. Perjanjian riil adalah perjanjian yang memerlukan kata sepakat tetapi barangnya harus diserahkan. Misalnya perjanjian penitipan barang Pasal 1741 KUHPerdara dan perjanjian pinjam mengganti Pasal 1754 KUHPerdara.

Perjanjian formil adalah perjanjian yang memerlukan kata sepakat tetapi undang-undang mengharuskan perjanjian tersebut harus dibuat dengan bentuk tertentu secara tertulis dengan akta yang dibuat oleh pejabat umum notaris atau PPAT. Misalnya jual beli tanah, undang-undang menentukan akta jual beli harus dibuat

dengan akta PPAT, perjanjian perkawinan dibuat dengan akta notaris.

c. Perjanjian bernama atau khusus dan perjanjian tak Bernama

Perjanjian bernama atau khusus adalah perjanjian yang telah diatur dengan ketentuan khusus dalam KUHPerduta Buku ke III Bab V sampai dengan Bab XVIII. Misalnya perjanjian jual beli, sewa menyewa, hibah dan lain lain.. Perjanjian tak bernama adalah perjanjian yang tidak diatur secara khusus dalam undang-undang. Misalnya perjanjian leasing, perjanjian keagenan dan distributor, perjanjian kredit.

d. Perjanjian Obligatoir (*Obligatoir Overeenkomst*)

Perjanjian obligatoir adalah perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak. Perjanjian obligatoir, sebagaimana secara umum disebutkan di dalam ketentuan Pasal 1313 KUHPerduta. Perjanjian obligatoir adalah perjanjian yang timbul karena kesepakatan dari dua pihak atau lebih dengan tujuan timbulnya suatu perikatan untuk kepentingan yang satu atas beban yang lain atau timbal balik, dapat dicermati penggunaan dan pembedaan istilah perjanjian dan perikatan.

e. Perjanjian Konsensuil

Perjanjian Konsensuil adalah perjanjian dimana antara kedua belah pihak telah tercapai persesuaian kehendak untuk mengadakan perjanjian. Menurut KUHPerduta perjanjian ini

sudah mempunyai kekuatan mengikat (Pasal 1338). Satu asas hukum umum dari hukum perjanjian menyatakan bahwa untuk terbentuknya perikatan cukup dengan adanya kata sepakat.

f. Perjanjian Riil

Perjanjian riil, yaitu suatu perjanjian yang terjadinya itu sekaligus dengan realisasi tujuan perjanjian, yaitu pemindahan hak. Dalam KUHPerdara mengenal pula jenis perjanjian lain yang mensyaratkan tidak saja kata sepakat, tetapi juga sekaligus penyerahan objek perjanjian atau bendanya. Perjanjian demikian digolongkan sebagai perjanjian riil. Perjanjian riil ada beberapa macam yakni perjanjian penitipan barang, perjanjian pinjam pakai, perjanjian pinjam meminjam, perjanjian hadiah benda bergerak bertubuh atau surat tagih atas tunjuk.

g. Perjanjian Liberatoir

Perjanjian dimana para pihak membebaskan diri dari kewajiban yang ada (Pasal 1438 KUHPerdara).

h. Perjanjian Pembuktian (*Bewijsovereenkomst*)

Suatu perjanjian dimana para pihak menentukan pembuktian apakah yang berlaku di antara mereka. Pada umumnya tujuan dari dibuatnya perjanjian di atas adalah membatasi ketentuan mengenai cara atau alat pembuktian atau menghindari pengajian perlawanan pembuktian (*tegenbewijs*). Pembatasan atau penyimpangan mengenai peraturan pembuktian tersebut akan diperkenankan

dilakukan melalui perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan yang baik.

Melalui perjanjian mengenai pembuktian, para pihak dimungkinkan untuk saling memperjanjikan dalam satu klausula bahwa mereka (bersepakat) untuk hanya menggunakan satu alat bukti atau menyerahkan (beban) pembuktian pada salah satu pihak, yakni apabila suatu saat perlu adanya pembuktian.

i. Perjanjian Kerja Sama.

Perjanjian adalah perbuatan hukum dan sekaligus perbuatan hukum. Ada akibat hukum yang timbul dari mengadakan kontrak, yang juga dapat disebut sebagai perjanjian. Ada kumpulan hak dan kewajiban yang dikenal sebagai prestasi yang menjadi objek kegiatan hukum dalam suatu perjanjian. Perjanjian Kerja Sama dapat didefinisikan sebagai suatu perbuatan yang dengannya satu pihak atau lebih mengikatkan diri kepada satu orang atau lebih (Pasal 1313 KUHPerdara). “kontrak” adalah kesepakatan antara dua orang atau lebih yang mengikat mereka untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Kontrak adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih di mana salah satu atau kedua pihak berjanji untuk melakukan tindakan atas nama pihak lain. Menciptakan hubungan formal dengan menandatangani perjanjian menciptakan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak yang terlibat.

Secara hukum perjanjian diartikan sebagai suatu perbuatan dimana satu pihak atau lebih mengikatkan diri kepada satu pihak atau lebih menurut Pasal 1313 KUHPerdara. Perjanjian semacam ini dapat berupa janji dan kewajiban tertulis atau lisan, tergantung pada sifat perjanjian tersebut. (Rahman, 2000, p. 4) Ada konsensus luas bahwa definisi perjanjian yang termasuk dalam bagian berikut tidak memadai dan terlalu luas. Itu dianggap tidak lengkap karena fokusnya pada satu titik kesepakatan.

2. Ketentuan tentang Industri Kreatif dan Podcast sebagai Industri Kreatif.

a. Tinjauan Umum mengenai pengertian Industri Kreatif.

Industri kreatif, termasuk podcast, telah diakui sebagai salah satu sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Industri kreatif berbasis digital, seperti podcast, memiliki kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan Masyarakat (Haryanto, B. & Dewi, 2019, p. 52). Kebijakan pemerintah melalui Undang-Undang Ekonomi Kreatif telah memberikan landasan hukum yang kuat bagi pengembangan industri ini (Kusumawardani, 2022, p. 134). Namun, tantangan seperti monetisasi dan perlindungan hak cipta masih menjadi kendala utama yang perlu diatasi.

Perspektif hukum ekonomi internasional memandang podcast sebagai bagian dari industri kreatif menghadapi tantangan terkait regulasi

lintas batas. Pentingnya harmonisasi hukum nasional dengan standar internasional untuk melindungi hak kekayaan intelektual kreator podcast (Siregar, 2023, p. 45). Perlunya kerangka regulasi yang jelas untuk memastikan bahwa industri podcast dapat bersaing secara global tanpa mengabaikan kepentingan hukum nasional (Nasution, Z. & Fitri, 2021, p. 87). Dengan demikian, penguatan regulasi dan dukungan infrastruktur digital menjadi kunci bagi keberlanjutan industri podcast di Indonesia.

b. Peraturan Per-Undang-undang yang dapat dijadikan Payung Hukum Podcast sebagai Industri Kreatif

Industri kreatif Indonesia membutuhkan perlindungan hak atas kekayaan intelektual yang lebih kuat karena kerangka hukum hak atas kekayaan intelektual yang kuat akan melindungi dan mendorong inovator Indonesia untuk mengembangkan ide terbaru, sehingga akan memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Bidang industri kreatif Indonesia mulai berkembang dan baru memperoleh perhatian khusus dari pemerintah, ketika Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia mendefinisikan industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Pasal 44 Undang-Undang Republik Indonesia No.28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta menjelaskan bahwa "Penggunaan Ciptaan untuk

kepentingan pendidikan, penelitian, atau kegiatan non-komersial lainnya tidak dianggap pelanggaran Hak Cipta dengan syarat mencantumkan sumber." Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum bagi podcaster. Ketentuan yang seharusnya melindungi penggunaan konten untuk kepentingan non-komersial ini tidak memberikan batasan yang jelas ketika dihadapkan pada konten podcast yang bersifat komersial. Banyak podcaster yang kebingungan menentukan apakah penggunaan cuplikan musik 30 detik untuk intro podcast termasuk fair use atau pelanggaran hak cipta. Tidak adanya panduan teknis dari pemerintah tentang batasan waktu dan bentuk penggunaan karya orang lain dalam podcast membuat kreator terus bekerja dalam bayang-bayang gugatan hukum. Padahal, di negara lain seperti Amerika sudah ada pedoman jelas tentang durasi maksimal penggunaan karya orang lain untuk konten kreatif.

Pasal 19 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur kewajiban pelaku usaha memberikan informasi benar ternyata sudah tidak relevan dengan perkembangan iklan di podcast. Regulasi ini dibuat sebelum maraknya *native advertising* dan *endorsement* di konten digital, sehingga tidak mengantisipasi praktik-praktik baru dalam periklanan podcast. Tidak ada ketentuan yang mewajibkan *podcaster* untuk menyebut secara eksplisit bahwa konten tertentu merupakan iklan berbayar. Akibatnya, banyak pendengar yang tidak menyadari sedang mendengar konten sponsor,

yang berpotensi menyesatkan konsumen. Padahal di media sosial seperti Instagram sudah ada ketentuan jelas tentang penandaan konten berbayar.

Peraturan Pemerintah No. 71/2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik ternyata tidak mampu menjawab tantangan monetisasi konten digital. Ketentuan dalam Pasal 17 hanya mengatur kewajiban administratif platform, tetapi sama sekali tidak menyentuh aspek perlindungan ekonomi bagi kreator konten. Tidak ada pengaturan yang memastikan pembagian pendapatan yang adil antara platform dengan podcaster. Selain itu, peraturan ini juga tidak mengatur kewajiban platform untuk membayar pajak di Indonesia, sehingga banyak pendapatan dari iklan podcast yang tidak berkontribusi pada penerimaan negara.

B. Regulasi yang Berkaitan dengan Monetisasi Podcast

1. Perjanjian sebagai Salah Satu Sumber Monetisasi

Komunikasi bermedia menggunakan media baru dalam bentuk internet atau yang dikenal dengan sebutan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran YouTube. YouTube merupakan situs berbagi media (media sharing), yakni jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari video, audio, dan gambar. YouTube adalah

media sosial yang mulai naik daun 5 tahun yang lalu. Dilansir dari situs resmi YouTube.

Saat ini YouTube telah memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Tiap hari pengguna YouTube dapat menonton ratusan juta per jam video dan menghasilkan milyaran kali penayangan. Beragam konten video dapat diakses dalam YouTube, mulai dari musik, film, berita dan informasi, olahraga, life style, gaming, serta vlog (Video Vlog). (Erbika Ruthellia D., Mariam Sondakh, 2007). Selain itu, saat ini YouTube bukan hanya sebuah situs, karena dengan YouTube, seseorang dapat menghasilkan uang. Dengan perkembangannya yang pesat ini, makin banyak orang membuat akun YouTube untuk dijadikan sebagai lapangan pekerjaan. YouTuber, adalah seseorang yang mengunggah, memproduksi, atau tampil di video yang ada disitus berbagi. Menjadi seorang YouTuber pun tidak sulit, dan modalnya pun tidak terlalu banyak. Jika seseorang memiliki alat perekam seperti smartphone, maka dengan dibantu internet berkecepatan tinggi, setiap orang dapat menjadi seorang YouTuber.

Para Youtuber memanfaatkan YouTube untuk mendapatkan penghasilan, baik secara langsung yang didapat dari YouTube maupun dari pihak lain. Ada berbagai cara untuk mendapatkan uang dari YouTube atau di sebut monetisasi, yaitu antara lain:

1. Bergabung dengan YouTube Partner Program. Untuk dapat bergabung dengan Youtube Partner Program syarat utamanya yaitu akun YouTube harus memiliki setidaknya 10.000 penayangan.
2. Pendapatan dari endorsement, yakni dengan mempromosikan produk atau jasa orang lain.
3. Berjualan produk atau jasa sendiri di akun YouTube milik pribadi.
4. Gabungan dari pendapatan-pendapatan diatas.(Enterprise, 2018, p. 20)

Untuk dapat memonetisasi video di akun mereka, para YouTuber harus melakukan perjanjian kerjasama dengan YouTube Partner Program. Ada dua macam YouTube Partner Program, yaitu Google Adsense dan MCN (*Multi Channel network*).

Google Adsense adalah program periklanan yang disediakan oleh Google, dan para Youtober harus menaati peraturan yang dibuat oleh Google Adsense. (Enterprise, 2018, p. 135), sedangkan MCN (Multi Channel Network) adalah jenis network youtube yang berdiri sendiri, artinya jaringan ini memiliki kendali penuh pada akses manajemen jaringan.(Setyawan, 2016, p. 9) MCN merupakan penyedia layanan pihak ketiga yang berafiliasi dengan beberapa Channel YouTube untuk menawarkan layanan seperti pengembangan penonton, pemrograman

konten, kolaborasi creator, pengelolaan hak digital, monetisasi, dan atau penjualan.

Kerjasama bisnis dengan YouTube Partner Program ini adalah hal yang baru, sehingga masih banyak kelemahan didalam sistemnya sebagai contoh untuk bergabung didalam YouTube Partner Program, maka pemilik akun YouTube wajib membuat kesepakatan yang dibuat secara sepihak oleh YouTube Partner Program, sehingga akad sepenuhnya dibuat oleh YouTube Partner Program tersebut. Orang yang akan bekerjasama atau bergabung didalam YouTube Partner Program harus menyepakati peraturan yang telah dibuat oleh YouTube Partner Program dengan cara mengklik kebijakan tersebut.

Kerjasama bisnis dengan YouTube Partner Program ini sedang booming karena dengan prosedur yang mudah dan tanpa biaya dapat menghasilkan penghasilan yang menjanjikan. Fenomena ini sekarang banyak diikuti oleh masyarakat di seluruh dunia bahkan di Indonesia, yang notabennya mempunyai masyarakat muslim terbesar di dunia, juga ikut melakukan kerjasama bisnis dengan YouTube Partner Program tersebut.

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa "Penyelenggara Sistem Elektronik wajib mengoperasikan Sistem Elektronik secara andal, aman, dan bertanggung jawab serta menyediakan fitur bagi Pengguna untuk memperbaiki kesalahan input

data." Ketentuan ini hanya menyebut secara umum tentang kewajiban mengoperasikan sistem secara andal, namun sama sekali tidak mengatur perlindungan konkret bagi podcaster sebagai konten kreator. Tidak ada satupun klausul yang mewajibkan platform untuk membayarkan royalti tepat waktu atau memberikan transparansi perhitungan pendapatan. Dalam praktiknya, banyak podcaster mengeluhkan pembayaran yang tertunda hingga berbulan-bulan tanpa ada sanksi yang jelas bagi platform. Selain itu, pasal ini juga tidak mengatur mekanisme penyelesaian sengketa yang spesifik ketika terjadi perselisihan antara podcaster dengan platform.

C. Tinjauan Teoritis Hukum Bisnis Dalam Monetisasi Podcast sebagai Industri Kreatif

Jenis-jenis layanan OTT yang beragam dan luas menyebabkan pengaturan yang terkait layanan OTT cukup kompleks, dan saat ini Indonesia belum dapat diakomodir oleh satu aturan saja, sehingga pengaturan layanan OTT dalam penerapannya merujuk pada peraturan perundang-undangan yang sesuai dengan jenis layanan yang disediakan, seperti Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik)

Lahirnya Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik sesungguhnya dapat digunakan untuk mengatur terkait ketentuan isi siaran atau konten yang dilarang dalam penyiaran berbasis internet, seperti

podcast, namun—Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik tidak dapat menjadi jawaban dalam pengaturan penyiaran melalui podcast di Indonesia, Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik tidak mengatur secara rinci teknis dan prosedur dalam penyelenggaraan podcast sebagai suatu penyiaran berbasis internet.

Banyaknya cakupan materi yang ada dalam struktur Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik, pemerintah dianggap lebih condong mengatur tentang teknologi informasi dalam pengertian yang sangat luas, karena meliputi informasi elektronik, transaksi elektronik, alat bukti elektronik, privasi, yurisdiksi, hak kekayaan intelektual, tetapi tidak memprediksi hal yang lebih rinci secara khusus dalam realita masyarakat. Berkaitan dengan hal itu, perlu diperhatikan kepastian hukum dalam pemanfaatan teknologi melalui tiga pendekatan, yakni pendekatan aspek hukum, aspek teknologi, dan aspek sosial, budaya dan etika, untuk mengatasi hal-hal yang belum diatur secara lebih rinci dalam UU ITE. Pendekatan aspek hukum bersifat mutlak karena tanpa kepastian hukum, persoalan pemanfaatan teknologi informasi menjadi tidak optimal.

Terhadap informasi elektronik atau konten internet pada podcast, yang memiliki muatan melanggar hukum. Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008

tentang Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut dengan PP PSTE) memberi kewenangan (Zulkifli, 2019, p. 124) kepada Pemerintah untuk memutuskan akses informasi elektronik yang melanggar hukum. Adanya kewajiban bagi penyelenggara jasa telekomunikasi untuk memblokir konten yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan sesuai dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 19 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi (selanjutnya disebut dengan Permenkominfo No. 13/2019). Apabila terdapat muatan konten yang dilarang untuk disediakan oleh layanan audio OTT, seperti podcast juga telah diawasi dan diatur dalam Bab VII UU ITE serta diancam dengan pidana (Fitriani, 2019, p. 14) berdasarkan Pasal 45 UU ITE.

Di era konvergensi ini, seluruh kegiatan dapat dilakukan di *cyberspace* termasuk kegiatan podcast dapat diatur dan dijerat oleh Undang-Undang No.1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik. Dalam konteks penyelenggara sistem elektronik (PSE), aktivitas PSE yang tidak diatur oleh UU Penyiaran mengikuti pengaturan PSE yang terdapat di dalam UU ITE. Beberapa bentuk pengaturannya seperti semua PSE harus memiliki data center di Indonesia, serta terkait dengan konten tidak boleh menyebarkan berita bohong atau penipuan.

Pada dasarnya, SE Kemkominfo OTT dibentuk dalam upaya menciptakan “*level playing field*” antara penyedia layanan OTT dan penyedia jasa telekomunikasi, sehingga tidak menghambat inovasi dan persaingan pada setiap pelaku penyedia jasa telekomunikasi diikuti dengan kajian-kajian lebih lanjut yang bersifat teknis dalam penggunaan dan tata kelola layanan OTT, sehingga para pelaku penyedia jasa telekomunikasi masih menerka-nerka dan menafsirkan sendiri pengaturan terhadap layanan atau konten yang dibuat olehnya. Rezim hukum yang baik sesungguhnya dapat mendorong pengembangan *lex media internetica* dengan memberlakukan tanggung jawab penuh pada beragam subjek atau pelaku hukum di dalam jaringan teknologi internet. Jaringan internet menjadi wadah sebagian besar keberlangsungan aktivitas manusia dalam menyelenggarakan penyiaran pada saat ini. *Lex media internetica* sebagai teritorial pemanfaatan internet dalam media penyiaran didefinisikan sebagai dunia tanpa batas fisik, sehingga legislasi nasional yang mengaturnya memiliki sifat kedaulatan digital atau virtual karena multibahasa, multikultural, multireligi dan multilateral.

Hukum bisnis merupakan cabang ilmu hukum yang secara khusus mengatur tata cara pelaksanaan kegiatan usaha dan hubungan hukum antara pelaku bisnis. Hukum bisnis dapat didefinisikan sebagai keseluruhan norma dan aturan hukum yang mengatur aktivitas perdagangan, industri, dan keuangan dalam rangka pertukaran barang dan jasa.(Fuady, 2016, p. 5) Cakupannya tidak hanya terbatas pada transaksi konvensional, tetapi juga

meliputi berbagai aspek modern seperti investasi, pasar modal, dan terobosan terkini di bidang ekonomi digital. Dalam perkembangannya, hukum bisnis telah mengalami perluasan makna seiring dengan kemajuan teknologi, di mana aktivitas bisnis tradisional kini banyak beralih ke ranah digital. Hal ini menuntut adanya penyesuaian prinsip-prinsip hukum bisnis klasik dengan dinamika baru di era digital, termasuk di dalamnya pengaturan mengenai industri kreatif seperti podcast. Lebih jauh, hukum bisnis juga berfungsi sebagai instrumen pengatur sekaligus pelindung bagi para pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha, baik itu produsen, konsumen, maupun pihak perantara. Dengan demikian, hukum bisnis tidak hanya bersifat normatif tetapi juga memiliki peran strategis dalam menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkeadilan.

Ruang lingkup hukum bisnis berkembang sangat dinamis seiring dengan kemajuan teknologi dan kompleksitas transaksi ekonomi modern. Secara tradisional, ruang lingkup hukum bisnis mencakup lima aspek utama: (1) hukum kontrak bisnis yang mengatur perjanjian antar pelaku usaha; (2) perlindungan konsumen yang menjamin hak-hak pembeli; (3) hak kekayaan intelektual yang melindungi aset intangible; (4) hukum persaingan usaha yang mencegah praktik monopoli; serta (5) ketentuan perpajakan yang mengatur kewajiban fiskal pelaku usaha (Salim, 2018, p. 112). Namun, di era digital saat ini, ruang lingkup tersebut telah mengalami perluasan yang signifikan. Munculnya berbagai model bisnis digital seperti e-commerce, fintech, dan konten kreatif termasuk podcast, menuntut adanya

penyesuaian kerangka hukum yang lebih komprehensif. Misalnya, konsep kontrak elektronik yang diatur dalam UU ITE menjadi bagian penting dari hukum bisnis modern, di mana validitas dan kekuatan hukumnya harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip hukum perjanjian konvensional. Selain itu, aspek perlindungan data pribadi dalam transaksi digital juga menjadi isu krusial yang masuk dalam ruang lingkup hukum bisnis kontemporer. Dalam konteks podcast sebagai bagian dari industri kreatif, hukum bisnis tidak hanya mengatur hubungan kontraktual antara podcaster dengan sponsor atau platform, tetapi juga mencakup aspek lisensi konten, pembagian royalti, serta kewajiban perpajakan atas pendapatan digital. Perkembangan ini menunjukkan bahwa hukum bisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan zaman sekaligus tetap mempertahankan prinsip-prinsip dasar keadilan dan kepastian hukum.

Dalam hierarki hukum bisnis kontemporer, monetisasi podcast menempati posisi unik sebagai bentuk transaksi elektronik yang menggabungkan unsur industri kreatif dan ekonomi digital. Menurut Wibisana (2021), kedudukan podcast dalam kerangka hukum bisnis Indonesia saat ini berada pada wilayah abu-abu regulasi, dimana meskipun secara teknis tunduk pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), namun belum memiliki pengaturan khusus yang komprehensif (Wibisana, 2021, p. 56).

Kondisi ini menimbulkan beberapa persoalan hukum yang kompleks, terutama terkait dengan status hukum podcaster (apakah dikategorikan

sebagai pelaku usaha, pekerja kreatif, atau penyedia jasa), hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi digital, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang spesifik. Dalam praktiknya, aktivitas monetisasi podcast seperti program sponsorship, iklan, atau langganan premium seringkali harus mengadopsi ketentuan hukum bisnis konvensional yang belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik industri digital. Misalnya, perjanjian sponsorship antara podcaster dengan merek tertentu masih menggunakan kerangka hukum perjanjian biasa, tanpa mempertimbangkan aspek khusus seperti metrik audiens digital, hak penggunaan konten, atau termination clause yang spesifik untuk platform podcast. Selain itu, ketiadaan regulasi khusus juga menimbulkan ketidakpastian dalam aspek perlindungan konsumen, dimana pendengar podcast sebagai pihak yang menerima pesan iklan atau endorsement belum mendapatkan perlindungan hukum yang memadai sebagaimana konsumen dalam transaksi elektronik lainnya. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian prinsip-prinsip hukum bisnis konvensional agar dapat mengakomodasi dinamika dan karakteristik khusus industri podcast, sekaligus memastikan adanya kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam ekosistem monetisasi konten audio digital ini.

2. Beberapa Asas Hukum Bisnis yang Berkaitan dengan *Podcast*

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Dengan asas kebebasan berkontrak orang dapat menciptakan perjanjian-perjanjian baru menyimpang dari apa yang tidak diatur

oleh undang-undang, tetapi tidak boleh bertentangan dengan apa yang dilarang oleh undang-undang. Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara mengakui asas kebebasan berkontrak dengan menyatakan, bahwa semua perjanjian yang dimuat secara sah mengikat para pihak sebagaimana undang-undang.

b. Asas Pacta Sun Servanda

Bahwa “setiap perjanjian menjadi hukum yang mengikat bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Asas ini menjadi dasar hukum Internasional karena termaktub dalam Pasal 26 Konvensi Wina 1969 yang menyatakan bahwa “*every treaty in force is binding upon the parties to it and must be performed by them in good faith*” (setiap perjanjian mengikat para pihak dan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

c. Asas Konsensualisme

Perjanjian harus didasarkan pada konsensus atau kesepakatan dari pihak-pihak yang membuat perjanjian. Dengan asas konsensualisme, perjanjian dikatakan telah lahir jika ada kata sepakat atau persesuaian kehendak di antara pihak mengenai hal-hal yang pokok dan tidak memerlukan sesuatu formalitas. Berdasarkan asas konsensualisme itu, dianut paham bahwa sumber kewajiban kontraktual adalah bertemunya kehendak (*convergence of wills*) atau konsensus para pihak yang membuat kontrak. Perjanjian (kontrak) bisnis adalah perjanjian tertulis antara dua

lebih pihak yang mempunyai nilai komersial, atau dengan kata lain, Kontrak Bisnis merupakan suatu perjanjian dalam bentuk tertulis dimana substansi yang disetujui oleh para pihak yang terikat didalamnya bermuatan bisnis.

Kemudian syarat sahnya perjanjian atau kontrak yaitu Sepakat mereka yang mengikat dirinya, Kecakapan untuk membuat suatu perikatan, Mengenai suatu hal tertentu secara yuridis suatu perjanjian harus mengenai hal tertentu yang telah disetujui. Jadi dalam suatu perjanjian atau kontrak itu ada syarat yang harus dipenuhi untuk mengikat suatu perjanjian dan ada suatu hukum yang mengikatnya serta sanksi jika melanggar perjanjian tersebut. Kemudian suatu perjanjian atau kontrak berakhir jika terjadi hal yang membuat kontrak itu harus berakhir.