



TANGGUNG JAWAB SHOPEE SEBAGAI PLATFORM BERBASIS USER GENERATED CONTENT (UGC) DALAM PRAKTIK KOMERSIALISASI TANPA IZIN PADA KARYA SENI RUPA DIGITAL BERDASARKAN DOKTRIN SAFE HARBOR

T. Syahfina Maharani, Hengki Firmanda, Setia Putra

Fakultas Hukum, Universitas Riau, Pekanbaru

Received: 10 September 2026
Revised: 15 September 2026
Accepted: 01 Oktober 2026

Abstract

Perlindungan terhadap karya seni rupa digital sebagai ciptaan yang dilindungi hak cipta pada dasarnya telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Pasal 10 Undang-Undang Hak Cipta yang telah dimaknai melalui Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023 menegaskan bahwa pengelola tempat perdagangan tidak hanya mencakup tempat perdagangan konvensional, tetapi juga platform perdagangan elektronik berbasis User Generated Content (UGC), sehingga platform digital pada prinsipnya memiliki kewajiban untuk mencegah dan menangani peredaran barang yang melanggar hak cipta dalam sistem yang dikelolanya. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan komersialisasi tanpa izin terhadap karya seni rupa digital yang dilakukan oleh pengguna marketplace, sehingga berpotensi merugikan pencipta secara ekonomi. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik komersialisasi tanpa izin terhadap karya seni rupa digital pada platform Shopee serta mengkaji tanggung jawab platform UGC terhadap pelanggaran tersebut berdasarkan doktrin safe harbor.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum sosiologis. Data primer diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 20 pencipta karya seni rupa digital yang pernah menemukan karyanya digunakan tanpa izin pada platform Shopee, serta didukung wawancara dengan customer service Shopee. Seluruh data dianalisis secara kualitatif dengan metode berpikir deduktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 20 responden, 18 responden menemukan karyanya digunakan tanpa izin dalam bentuk produk komersial, sedangkan 2 responden menemukan karyanya digunakan untuk kepentingan promosi dan iklan. Sebanyak 17 responden pernah melaporkan pelanggaran tersebut kepada Shopee, namun sebagian besar menilai sistem pelaporan masih kurang efektif karena laporan sering tidak ditindaklanjuti, memerlukan waktu penanganan yang lama, atau produk yang telah dihapus kembali muncul di platform. Berdasarkan analisis doktrin safe harbor, Shopee pada dasarnya telah memenuhi kewajiban menyediakan mekanisme pelaporan pelanggaran hak cipta, tetapi belum sepenuhnya memenuhi kewajiban melakukan penanganan secara cepat dan efektif terhadap laporan yang diajukan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perlindungan terhadap karya seni rupa digital pada platform Shopee masih belum terlaksana secara optimal sehingga diperlukan peningkatan pengawasan serta efektivitas penanganan pelanggaran hak cipta dalam sistem elektronik yang dikelolanya.

on Shopee, supported by an interview with a Shopee customer service representative. The collected data were analyzed qualitatively using a deductive approach.

Kata Kunci / Keywords: Hak Cipta; Karya Seni Rupa Digital; Safe Harbor; User Generated Content

How to Cite: Maharani, T., Firmanda, H., & Putra, S. (2026). TANGGUNG JAWAB SHOPEE SEBAGAI PLATFORM BERBASIS USER GENERATED CONTENT (UGC) DALAM PRAKTIK KOMERSIALISASI TANPA IZIN PADA KARYA SENI RUPA DIGITAL BERDASARKAN DOKTRIN SAFE HARBOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(10.D), 283-294. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14919>.

LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong lahirnya berbagai platform digital yang memungkinkan masyarakat menciptakan, mendistribusikan, dan mengomersialkan konten secara aktif. Fenomena ini melahirkan konsep User Generated Content (UGC), yaitu konten yang dihasilkan oleh pengguna platform, termasuk ilustrasi digital, desain grafis, dan karya seni visual (Atmoko, 2023). Platform berbasis UGC kini tidak hanya menjadi sarana transaksi barang fisik, tetapi juga medium utama perdagangan karya seni rupa digital yang bernilai ekonomi tinggi.

Karya seni rupa digital sebagai ciptaan di bidang seni memperoleh perlindungan hukum melalui rezim hak cipta (Yuswar, dkk., 2023). Hak cipta merupakan hak eksklusif yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC). Perlindungan tersebut mencakup hak moral dan hak ekonomi pencipta, termasuk hak mengizinkan atau melarang komersialisasi karyanya oleh pihak lain, namun dalam praktik di ruang digital perlindungan ini sering tidak berjalan efektif.

Perkembangan hukum hak cipta di Indonesia berubah signifikan setelah Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023 memperluas makna Pasal 10 UUHC. Pasal tersebut tidak lagi hanya berlaku bagi pengelola tempat perdagangan fisik, tetapi juga pengelola layanan digital berbasis UGC, sehingga tempat perdagangan digital dilarang membiarkan penjualan atau penggandaan karya hasil pelanggaran hak cipta pada layanan yang dikelolanya.

Persoalan muncul karena tempat perdagangan digital kerap menempatkan diri sebagai perantara pasif yang hanya menyediakan sarana teknologi (Damian, 2005), sehingga tidak merasa bertanggung jawab atas konten yang diperdagangkan penggunaannya. Sikap ini kerap didasarkan pada doktrin safe harbor, yaitu prinsip yang membatasi tanggung jawab penyedia layanan digital atas konten ilegal yang diunggah pengguna, sepanjang memenuhi syarat tertentu. Di Indonesia, doktrin ini tercermin dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat (Permenkominfo 5/2020). Namun, penerapannya menjadi problematis ketika dikaitkan dengan komersialisasi karya seni rupa digital tanpa izin, mengingat platform turut memperoleh keuntungan ekonomi dari setiap transaksi yang berlangsung dalam sistemnya (Zulfah, dkk., 2025).

Salah satu permasalahan yang menonjol adalah maraknya komersialisasi karya seni rupa digital tanpa izin pencipta di UGC (Pieter, dkk., 2024). Kasus konkret ditemukan pada karya milik pengguna X (sebelumnya Twitter) dengan akun @mintyteah, berupa ilustrasi karakter fan art yang diunggah tanpa pernyataan izin komersial apa pun. Karya tersebut kemudian ditemukan dikomersialkan oleh toko Hiroshi Anime Store di Shopee dalam bentuk gantungan kunci, lengkap

dengan narasi seolah-olah toko tersebut berhak atas karya itu. Pencipta melaporkan pelanggaran ini kepada Shopee pada 11 Desember 2025, namun hingga penelitian ini dilakukan pada 6 Januari 2026, laporan belum memperoleh tindak lanjut yang jelas dan produk masih dapat diakses pada platform.

Kasus serupa dialami pencipta dengan nama toko @Noredji Morien, yang karyanya kembali dikomersialkan tanpa izin meskipun telah dijual sah di toko pribadinya sendiri pada platform yang sama. Berbeda dari kasus sebelumnya, penyelesaian di sini terjadi melalui komunikasi langsung antarpengguna—penjual @segitigasticker menghentikan penjualan setelah dihubungi langsung oleh pemilik karya—tanpa keterlibatan formal dari platform. Kedua kasus ini menegaskan bahwa perlindungan karya seni rupa digital di platform sering bergantung pada inisiatif mandiri pencipta, sementara mekanisme internal platform belum sepenuhnya menjadi sarana utama penindakan pelanggaran.

Padahal secara normatif, Shopee telah menetapkan kebijakan yang melarang penjualan produk hasil pelanggaran HKI serta menyediakan mekanisme pelaporan pelanggaran, termasuk kewenangan menghapus konten dan menonaktifkan akun pelanggar. Persoalannya bukan terletak pada ketiadaan aturan, melainkan pada efektivitas implementasi dan konsistensi penegakannya. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia turut memperbesar potensi pelanggaran hak cipta di ruang digital, mengingat platform UGC dengan jutaan pengguna aktif menjadi sarana efektif bagi peredaran karya, baik yang legal maupun ilegal (Afif & Marsitiningih, 2025).

Penelitian terdahulu oleh Reynardo (2024) mengkaji tanggung jawab penyedia platform video game berbasis UGC atas pelanggaran merek yang dilakukan penggunanya, dengan fokus pada rezim hukum merek. Penelitian ini berbeda baik dari segi objek kajian—karya seni rupa digital sebagai objek hak cipta, bukan pelanggaran merek—maupun pendekatan, yaitu menelaah batas tanggung jawab platform berdasarkan doktrin safe harbor dalam kerangka hak ekonomi dan hak moral pencipta menurut UUHC.

Untuk menganalisis tanggung jawab tersebut, penelitian ini menggunakan dua kerangka analisis. Pertama, Teori Risiko (Risk Theory), yang menyatakan bahwa setiap karya intelektual pada hakikatnya mengandung risiko penyalahgunaan oleh pihak lain, sehingga pihak yang menciptakan atau mengendalikan risiko harus turut bertanggung jawab mengelolanya (Ambadar, 2026). Robert M. Sherwood merumuskan teori risiko sebagai salah satu dari lima teori pembenaran perlindungan kekayaan intelektual (selain reward, recovery, insentif, dan pertumbuhan ekonomi), yang berkaitan dengan konsep tanggung jawab objektif (strict liability)—aktivitas berisiko tinggi mewajibkan pelakunya bertanggung jawab atas kerugian meski tanpa kelalaian eksplisit (Nizwana & Rahdiansyah, 2019). Dalam praktik e-commerce, apabila suatu platform mempertemukan penjual dan pembeli dalam transaksi berisiko, platform tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kerugian yang timbul meski tidak terbukti adanya kesalahan langsung dari pengelolaannya (Riswandi & Syamsudin, 2016).

Kedua, doktrin safe harbor, yang membatasi tanggung jawab platform digital atas pelanggaran hak cipta yang dilakukan penggunanya, sepanjang platform telah mengimplementasikan langkah pencegahan dan penanganan berupa: (a) notice and takedown; (b) prompt action; (c) no knowledge of infringement; dan (d) repeat

infringer policy (Ramadhanty, dkk., 2020). Dalam hukum Indonesia, mekanisme ini diatur dalam Pasal 10 ayat (1) huruf b dan Pasal 11 huruf c Permenkominfo 5/2020, yang masing-masing mengatur tahap notice dan tahap takedown, sehingga menunjukkan bahwa hukum Indonesia secara implisit telah mengadopsi mekanisme tersebut sebagai syarat penerapan safe harbor, di mana kelalaian melakukan takedown dapat menghilangkan perlindungan pembatasan tanggung jawab (Arafah, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana praktik komersialisasi tanpa izin terhadap karya seni rupa digital pada platform Shopee dan bagaimana tanggung jawab Shopee terhadap komersialisasi tanpa izin tersebut berdasarkan doktrin safe harbor. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik komersialisasi tanpa izin terhadap karya seni rupa digital pada platform Shopee serta mengkaji tanggung jawab Shopee terhadap pelanggaran tersebut berdasarkan doktrin safe harbor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum sosiologis (empiris), yaitu penelitian yang mengkaji berlakunya kaidah hukum normatif secara langsung pada praktik yang berlangsung di masyarakat (Muhammad, 2004; Nurhaini, 2018). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kasus (case approach), yang bertujuan mempelajari penerapan norma hukum dalam praktik, khususnya terhadap kasus komersialisasi tanpa izin karya seni rupa digital pada platform Shopee sebagai lokasi penelitian.

Populasi penelitian bersifat tidak terbatas (infinite population), yaitu pencipta karya seni rupa digital yang karyanya dikomersialkan tanpa izin melalui UGC di Indonesia serta platform UGC yang digunakan sebagai sarana komersialisasi tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling (Asrulla, dkk., 2023) terhadap dua kelompok, yaitu: (1) pencipta atau pemilik karya seni rupa digital yang karyanya digunakan tanpa izin pada UGC, baik yang telah maupun belum pernah melaporkan pelanggaran tersebut, sejumlah 20 orang; dan (2) pihak platform UGC yang digunakan sebagai sarana komersialisasi, yaitu Shopee.

Data primer diperoleh melalui wawancara nonstruktur (Fadhallah, 2021) dan penyebaran kuesioner tertutup (Abubakar, 2021) kepada 20 pencipta karya seni rupa digital, serta wawancara dengan customer service Shopee. Data sekunder diperoleh melalui kajian kepustakaan (Djulaeka & Rahayu, 2019) atas bahan hukum primer yang bersifat otoritatif (Marzuki, 2006) berupa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, UUHC, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Permenkominfo 5/2020, Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023, Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016, dan Digital Millennium Copyright Act (DMCA); bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan (Ibrahim, 2008); serta bahan hukum tersier berupa kamus hukum (Suteki & Taufani, 2018).

Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang menekankan pada proses dan pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti dengan menjadikan landasan teori sebagai pedoman analisis (Wekke, 2019), menggunakan metode berpikir deduktif, yaitu menelaah prinsip umum yang telah

dipahami untuk kemudian dikaitkan dengan kondisi khusus dan ditarik suatu kesimpulan (Izhar, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Komersialisasi Tanpa Izin terhadap Karya Seni Rupa Digital pada Platform Shopee

Shopee merupakan platform perdagangan elektronik berbasis UGC terbesar di Asia Tenggara yang didirikan oleh Forrest Li di bawah naungan SEA Group sejak tahun 2015 (Kumparan, 2026), dengan Gross Merchandise Value lebih dari USD 35 miliar pada tahun 2020 (Replika.id, 2026). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, Shopee menjadi platform yang paling sering diakses masyarakat Indonesia dengan persentase 53,22% dari 8.700 responden di 38 provinsi (Databoks, 2025), meskipun pada tahun 2026 persentase tersebut menurun menjadi 47,5% (Teknologi.bisnis.com, 2026). Skala pengguna yang besar ini menjadikan aktivitas perdagangan dan konten dalam platform berpotensi menjangkau masyarakat secara luas, sekaligus memperbesar risiko peredaran produk yang melanggar hak cipta.

Pasal 40 ayat (1) UUHC menegaskan bahwa karya seni rupa dalam segala bentuk—termasuk karya seni digital yang dibuat melalui program komputer seperti Adobe Photoshop atau CorelDraw—dilindungi sebagai ciptaan (Gunawati, dkk., 2025). Mengingat hak cipta menganut prinsip deklaratif, perlindungan melekat sejak ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata dan tidak bergantung pada pencatatan (Pasal 1 angka 1 dan Pasal 64 ayat (2) UUHC), sehingga pembuktian kepemilikan karya dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan unggahan asli pada akun pencipta dengan karya yang digunakan pihak lain pada platform Shopee.

Hasil kuesioner terhadap 20 pencipta karya seni rupa digital menunjukkan bahwa 18 responden (90%) menemukan karyanya digunakan sebagai produk komersial seperti stiker, kaos, gantungan kunci, dan bantal, sedangkan 2 responden (10%) menemukan karyanya digunakan untuk kepentingan promosi dan iklan. Ringkasan temuan pada kategori penggunaan sebagai produk komersial disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Frekuensi, Pelaporan, dan Efektivitas Penanganan Penggunaan Karya Tanpa Izin

Kategori Produk Komersial (n=18)

Indikator	Kategori	n	%
Frekuensi penggunaan tanpa izin	1 kali	4	22,2%
	2–5 kali	11	61,1%
	> 5 kali	3	16,7%
Tindakan pelaporan kepada Shopee	Pernah melapor	16	88,9%
	Tidak pernah melapor	2	11,1%
Respons Shopee atas laporan	Ditindaklanjuti dengan cepat	0	0%
	Ditindaklanjuti, waktu lama	6	33,3%
	Ditindaklanjuti, produk muncul kembali	1	5,6%
	Tidak ditindaklanjuti	9	50,0%

Penilaian efektivitas sistem pelaporan	Cukup efektif	3	16,7%
	Kurang efektif	5	27,8%
	Tidak efektif	8	44,4%

Sumber: Data primer (kuesioner dan wawancara), diolah 2026.

Data tersebut diperkuat hasil wawancara. Noremori (@noremori merch) menyatakan karyanya digunakan tanpa izin oleh toko @daf clo dan @jibranime dalam berbagai produk berbeda—amplop, gantungan kunci, dan boneka mini—tanpa permintaan izin maupun kompensasi (Wawancara Noremori, 2026). Minty (@mintyteah) mengalami hal serupa oleh toko @Yodivers_ (Wawancara Minty, 2026). Kedua kesaksian ini menegaskan bahwa pelanggaran tidak bersifat insidental, melainkan berulang dan menysasar berbagai jenis produk dari karya yang sama, sejalan dengan temuan bahwa sebagian besar responden mengalami penggunaan tanpa izin lebih dari satu kali.

Dari sisi penanganan, tidak satu pun responden menilai laporannya ditindaklanjuti dengan cepat, sementara separuh responden (50%) menyatakan laporannya tidak memperoleh tindak lanjut sama sekali. Blue (@illbllu_prince) melaporkan pelanggaran namun baru memperoleh respons setelah lima bulan dan setelah dirinya melakukan follow up secara mandiri kepada customer service Shopee (Wawancara Blue, 2026), kondisi yang tidak sejalan dengan keterangan customer service Shopee yang menyebut estimasi waktu penanganan maksimal lima hari (Wawancara Customer Service Shopee, 2026). Xavier (@infinitelinesx) bahkan memilih menghubungi langsung pihak pelanggar setelah laporannya kepada platform tidak memperoleh kejelasan (Wawancara Xavier, 2026). Rangkaian pengalaman ini menjelaskan mengapa mayoritas responden (72,2%) menilai sistem pelaporan Shopee kurang efektif hingga tidak efektif—keberadaan sarana pelaporan pada dasarnya belum cukup apabila tidak disertai penanganan yang cepat, konsisten, dan efektif (Purwaningsih, 2015).

Selain sebagai produk komersial, dua responden (Meganana dan Grissella) menemukan karyanya digunakan tanpa izin untuk materi promosi dan iklan. Berbeda dari penggunaan sebagai produk, penggunaan ini memanfaatkan karya visual guna mendukung pemasaran dan menarik perhatian konsumen (Simatupang, K.M., 2021), yakni bentuk pemanfaatan nilai ekonomi karya yang tetap tunduk pada hak eksklusif pencipta untuk menggandakan dan mengumumkan ciptaannya menurut Pasal 9 ayat (1) UUHC (Mahayoni & Dharmawan, 2021). Meganana memilih tidak melapor, sedangkan laporan Grissella ditindaklanjuti namun produk yang telah dihapus kembali muncul di platform, menegaskan bahwa efektivitas perlindungan tidak semata ditentukan oleh tersedianya sarana pelaporan, tetapi juga oleh kemampuan platform mencegah terulangnya pelanggaran yang sama (Sukarsa & Dwijayanthi, 2025).

B. Tanggung Jawab Shopee terhadap Komersialisasi Tanpa Izin Berdasarkan Doktrin Safe Harbor

Pasal 9 ayat (1) UUHC memberikan hak eksklusif kepada pencipta untuk memperoleh manfaat ekonomi atas ciptaannya, sedangkan Pasal 9 ayat (3) melarang penggandaan atau penggunaan komersial suatu ciptaan tanpa izin. Dengan demikian, penggunaan karya seni rupa digital sebagai gambar produk maupun sarana promosi tanpa persetujuan pencipta bertentangan dengan UUHC

(Sanjaya & Laksana, 2026). Lebih lanjut, Pasal 10 UUHC melarang pengelola tempat perdagangan membiarkan penjualan atau penggandaan barang hasil pelanggaran hak cipta di tempat yang dikelolanya, ketentuan yang semula dipahami dalam konteks perdagangan konvensional, namun diperluas maknanya melalui Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023 sehingga turut mencakup platform layanan digital berbasis UGC (Rindi, 2025). Sejak putusan tersebut, Shopee tidak lagi dapat diposisikan semata sebagai perantara pasif yang tidak terkait dengan aktivitas perdagangan dalam platformnya. Kelalaian atas kewajiban ini bahkan diancam pidana denda hingga Rp100.000.000,00 menurut Pasal 114 UUHC, di samping kewenangan pengawasan dan penutupan konten oleh Menteri berdasarkan Pasal 55 dan Pasal 56 UUHC (Diza, 2022).

Dikaitkan dengan Teori Risiko, pihak yang menciptakan, mengendalikan, atau memperoleh manfaat dari suatu aktivitas berisiko harus turut bertanggung jawab atas risiko yang timbul (Sudaryat, dkk., 2010). Shopee menyediakan dan mengendalikan sistem elektronik yang memungkinkan pengguna mengunggah gambar, melakukan promosi, dan bertransaksi tanpa verifikasi kepemilikan hak cipta terlebih dahulu, sekaligus memperoleh manfaat ekonomi dari setiap transaksi yang berlangsung di dalamnya (ToffeeDev.com, 2026). Semakin besar jumlah pengguna dan transaksi, semakin besar pula risiko pelanggaran hak cipta yang muncul (Riswandi, 2019). Oleh karena itu, tanggung jawab Shopee bukan lahir karena Shopee secara langsung melakukan pelanggaran, melainkan karena posisinya sebagai pihak yang menyediakan, mengendalikan, dan memperoleh manfaat dari sistem yang berpotensi menimbulkan pelanggaran tersebut.

Secara normatif, Shopee telah mengantisipasi risiko ini melalui Syarat Layanan yang melarang pengguna mengunggah konten yang melanggar HKI pihak lain serta memberikan kewenangan kepada platform untuk menghapus produk dan menindak akun pelanggar (Syarat Layanan Shopee Indonesia, 2026). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab tersebut belum berjalan optimal—separuh responden menyatakan laporannya tidak memperoleh tindak lanjut, dan produk yang menggunakan karya tanpa izin masih dapat diakses hingga penelitian ini dilakukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kewajiban mencegah peredaran barang hasil pelanggaran hak cipta sebagaimana Pasal 10 UUHC belum sepenuhnya terlaksana (Djamaludin & Fuad, 2024), meskipun Shopee telah memiliki kebijakan dan mekanisme penghapusan konten.

Penilaian akhir mengenai tanggung jawab Shopee memerlukan pengujian terhadap empat syarat doktrin safe harbor (Ramadhanty, dkk., 2020; Hermawan & Pramana, 2022). Pertama, notice and takedown—Shopee telah memenuhi syarat ini melalui sarana pelaporan pelanggaran HKI, terbukti dari 16 dari 18 responden kategori produk komersial pernah mengajukan laporan, dan laporan dapat diajukan tidak hanya oleh pemilik hak cipta tetapi juga pihak lain yang menemukan dugaan pelanggaran (Ersella & Nurhayani, 2025). Kedua, prompt action—syarat ini belum terpenuhi karena tidak ada satu pun laporan yang ditindaklanjuti dengan cepat, bahkan kasus Blue memerlukan waktu penanganan hingga lima bulan, jauh melampaui estimasi lima hari yang disampaikan pihak Shopee sendiri. Ketiga, no knowledge of infringement—sebelum adanya laporan dari pencipta, tidak terdapat bukti bahwa Shopee mengetahui status kepemilikan karya yang digunakan merchant; namun begitu laporan diterima, platform tidak lagi berada pada posisi

tidak mengetahui adanya dugaan pelanggaran. Keempat, repeat infringer policy—Shopee secara normatif telah mengatur larangan dan sanksi bagi pelanggar, namun kasus toko @jibranime yang menggunakan karya Noremori pada tiga produk berbeda dan tetap dapat diakses hingga penelitian dilakukan menunjukkan bahwa penerapan kebijakan ini terhadap pelanggar berulang belum berjalan efektif (Maharani, 2018).

Dengan demikian, Shopee telah memenuhi syarat pertama doktrin safe harbor, namun belum sepenuhnya memenuhi tiga syarat lainnya, khususnya prompt action dan repeat infringer policy. Doktrin safe harbor pada dasarnya dibangun untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi digital dan kepastian hukum agar platform tidak dibebani tanggung jawab mutlak atas jutaan konten yang diunggah setiap hari (Miquel Paguera, 2011), namun perlindungan tersebut tidak diberikan secara otomatis dan bergantung pada pemenuhan seluruh syarat yang menunjukkan upaya wajar platform dalam mencegah dan menangani pelanggaran (Ramadhani, dkk., 2026). Oleh karena itu, berdasarkan doktrin safe harbor, tanggung jawab atas peredaran karya seni rupa digital yang dikomersialkan tanpa izin dalam platform Shopee tidak dapat sepenuhnya dialihkan kepada pengguna, melainkan tetap melekat pada Shopee sepanjang kewajiban prompt action dan pengendalian pelanggar berulang belum dilaksanakan secara optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan dua hal. Pertama, praktik komersialisasi tanpa izin terhadap karya seni rupa digital pada platform Shopee paling banyak ditemukan dalam bentuk penggunaan karya untuk diperjualbelikan kembali sebagai produk komersial (90% responden), sedangkan sisanya digunakan untuk kepentingan promosi dan iklan (10% responden). Shopee telah menyediakan mekanisme pelaporan pelanggaran hak cipta, namun dalam praktiknya sistem tersebut belum berjalan efektif karena separuh laporan tidak memperoleh tindak lanjut, sebagian memerlukan waktu penanganan yang lama, dan sebagian produk yang telah dihapus kembali muncul di platform.

Kedua, tanggung jawab Shopee terhadap komersialisasi tanpa izin berdasarkan doktrin safe harbor adalah mencegah dan menangani peredaran produk yang melanggar hak cipta sebagaimana diatur dalam UUHC dan Permenkominfo 5/2020, serta diperkuat oleh Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023. Shopee telah memenuhi syarat notice and takedown melalui sarana pelaporan, tetapi belum sepenuhnya memenuhi syarat prompt action dan repeat infringer policy, sehingga belum memenuhi keseluruhan syarat perlindungan safe harbor. Berdasarkan Teori Risiko, Shopee sebagai pihak yang mengelola sistem dan memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas perdagangan dalam platformnya memikul kewajiban menanggung risiko hukum yang timbul akibat kegagalan pengawasan terhadap pelanggaran hak cipta, sehingga tanggung jawab atas pelanggaran yang terjadi tidak dapat sepenuhnya dialihkan kepada pengguna.

SARAN

Kepada Shopee, disarankan untuk memperkuat sistem perlindungan hak cipta dengan memperjelas persyaratan dan dokumen bukti yang diperlukan dalam pengajuan laporan, mempercepat proses penanganan, serta memberikan

transparansi status dan alasan penolakan laporan kepada pelapor. Shopee juga perlu menerapkan kebijakan yang lebih tegas terhadap pelanggar berulang serta meningkatkan pengawasan terhadap produk yang diduga menggunakan karya seni rupa digital tanpa izin guna mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta secara berulang.

Kepada pemerintah, khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika, disarankan untuk memperkuat pengawasan terhadap penyelenggara platform User Generated Content dalam menjalankan kewajiban perlindungan hak cipta sesuai Permenkominfo 5/2020, memberikan penegasan mengenai standar penanganan laporan pelanggaran hak cipta, serta menerapkan sanksi administratif secara tegas terhadap platform yang tidak menjalankan kewajiban penanganan pelanggaran hak cipta secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Atmoko, Dwi. Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi, 2023.
- Abubakar, Rifa'i. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Damian, Eddy. Hukum Hak Cipta. Bandung: Sinar Grafika, 2005.
- Djulaeka dan Devi Rahayu. Buku Ajar Metode Penelitian Hukum. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019.
- Fadhallah. Wawancara. Jakarta: UNJ Press, 2021.
- Ibrahim, Johny. Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif. Surabaya: Bayumedia, 2008.
- Marzuki, Peter Mahmud. Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana, 2006.
- Muhammad, Abdulkadir. Hukum dan Penelitian. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Nurhaini, Elisabeth. Metode Penelitian Hukum. Bandung: PT Refika Aditama, 2018.
- Riswandi, Budi Agus. Hukum Hak Cipta di Era Digital. Yogyakarta: FH UII Press, 2019.
- Riswandi, Budi Agus dan M. Syamsudin. Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Sudaryat, dkk. Hak Kekayaan Intelektual. Bandung: Oase Media, 2010.
- Suteki dan Galang Taufani. Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, dan Praktik. Depok: Raja Grafindo, 2018.
- Wekke, Ismail Suardi. Metode Penelitian Sosial. Yogyakarta: Gawe Buku, 2019.

B. Jurnal, Skripsi, dan Tesis

- Afif, E. H. dan M. Marsitiningsih. "Perlindungan Hukum terhadap Karya Desain Digital yang Diperdagangkan pada Platform E-Commerce." *Jurnal Impresi Indonesia* 3, No. 8 (2025).
- Arafah, Mochamad. "Perlindungan Hak Cipta Pada User Generated Content (UGC) Pasca Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023." Tesis, Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2025.

- Asrulla, dkk. "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No. 3 (2023).
- Diza, Nuruzzaharah. "Perlindungan Hukum Terhadap Karya Cipta Pada Layanan Over The Top (OTT)." *Technology and Economics Law Journal* 1, No. 1 (2022).
- Djamaludin, Samsul dan Fokky Fuad. "Pertanggungjawaban Hukum Marketplace di Indonesia Terkait Pelanggaran Hak Cipta: Tantangan, Regulasi, dan Upaya Pencegahan dalam Era E-Commerce." *UNES Law Review* 6, No. 3 (2024).
- Ersella, Hilda dan Nurhayani. "Tanggung Jawab Penyedia Platform (Marketplace) dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Yang Berbentuk User Generated Content." *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora* 5, No. 3 (2025).
- Gunawati, Anne, Rully Syahrul Mucharrom, dan Syahrul Mawardi Putra. "Perlindungan Hukum terhadap Pencipta Atas Tindakan Plagiarisme Karya Seni Digital Pada Aplikasi Media Sosial Instagram." *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 2, No. 3 (2025).
- Hermawan, Anis Wahyu, dan Yudha Pramana. "Secondary Liability and Safe Harbors for Platform Providers in Indonesian E-Commerce Law." *Scientium Law Review (SLR)* 1, No. 3 (2022).
- Izhar. "Mengidentifikasi Cara Berpikir Deduktif dan Induktif dalam Teks Bacaan Melalui Pengetahuan Konteks dan Referensi Pragmatik." *Jurnal Pesona* 2, No. 1 (2016).
- Maharani, Resna Pratiwi. "Tanggung Jawab Penyelenggara Transaksi Elektronik dalam Melindungi Hak Konsumen." *Supremasi: Jurnal Hukum* 1, No. 2 (2018).
- Mahayoni, Putu Shanty dan Ni Ketut Supasti Dharmawan. "Perlindungan Hukum atas Lagu Instrumental yang Digunakan dalam Iklan Produk Tanpa Izin." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 9, No. 5 (2021).
- Paguera, Miquel. "Secondary Liability for Copyright Infringement in the Web 2.0 Environment: Some Reflection on Viacom v. YouTube." *Journal of International Law and Technology* 6, Issue 1 (2011).
- Nizwana dan Rahdiansyah. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Ditinjau Dari Epistimologi." *UIR Law Review* 3, No. 2 (2019).
- Pieter, Ikesha, Amarisha, Tasya Safiranita, dan Rika Ratna Permata. "Tanggung Jawab Platform TikTok sebagai Layanan Over the Top terhadap Konten Pelanggaran Hak Cipta Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia." *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 3, No. 12 (2024).
- Purwaningsih, Endang. "Perlindungan Hak Cipta terhadap Karya Digital dalam Era Teknologi Informasi." *Jurnal RechtsVinding* 4, No. 3 (2015).
- Ramadhani, Nadine, dkk. "Dilema Safe Harbor: Pertanggungjawaban Marketplace Terhadap Peredaran Kosmetik Overclaim dan Illegal." *Indonesian Journal of Law and Justice* 3, No. 3 (2026).
- Ramadhanty, Syarafina, dkk. "Doktrin Safe Harbor: Upaya Perlindungan Hak Cipta Konten Dalam Platform User Generated Content." *Legalitas: Jurnal Hukum* 12, No. 2 (2020).

- Reynardo, Rico. "Analisis Pertanggungjawaban Penyedia Platform Video Game Berbasis User Generated Content terhadap Pelanggaran Merek yang Dilakukan oleh Penggunanya." Skripsi, Program Sarjana Universitas Indonesia, Jakarta, 2024.
- Rindi, I Made Aditya. "Tanggung Jawab Hukum E-Commerce Yang Memfasilitasi Produsen Untuk Menjual Barang Imitasi." *Jurnal Media Akademik* 3, No. 12 (2025).
- Sanjaya, Gede Krisna Hendrayana dan I Gusti Ngurah Dharma Laksana. "Pertanggungjawaban Tempat Perdagangan Elektronik Terhadap Pelanggaran Penggunaan Karya Cipta Fotografi." *Jurnal Media Akademik* 4, No. 2 (2026).
- Simatupang, Khwarizmi Maulana. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta dalam Ranah Digital." *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 15, No. 1 (2021).
- Sukarsa, Ni Putu Leilani Putri dan Putri Triari Dwijyanthi. "Perlindungan Hukum terhadap Cuplikan Karya Sinematografi yang Dijadikan Iklan: Perspektif Hak Cipta." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, No. 7 (2025).
- Yuswar, C. P., L. Saviera, Rosmalinda, dan N. N. Sirait. "Pertanggungjawaban Hukum Platform E-Commerce terhadap Penjualan Buku Bajakan." *Jurnal Mercatoria* 16, No. 1 (2023).
- Zulfah, S., B. J. P. Hapsari, dan F. Rusda. "Legal Responsibility of Digital Commerce Platforms for Seller Content that Violates Public Ethics." *Indonesia Media Law Review* 4, No. 1 (2025).

C. Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.
- Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 84/PUU-XXI/2023.
- Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang Berbentuk User Generated Content.
- Digital Millennium Copyright Act (DMCA), Amerika Serikat.

D. Wawancara

- Wawancara dengan Noremori, Pemilik Karya Seni Rupa Digital pada Akun @Noremori Merch, dilakukan pada hari Jumat, 22 Mei 2026, melalui media X.
- Wawancara dengan Minty, Pemilik Karya Seni Rupa Digital pada Akun @Mintyteah, dilakukan pada hari Senin, 8 Juni 2026, melalui media X.
- Wawancara dengan Blue, Pemilik Karya Seni Rupa Digital pada Akun @illbllu_prince, dilakukan pada hari Senin, 8 Juni 2026, melalui media Instagram.
- Wawancara dengan Xavier, Pemilik Karya Seni Rupa Digital pada Akun @infinitelinesx, dilakukan pada hari Sabtu, 23 Mei 2026, melalui media Instagram.

Wawancara dengan Customer Service Shopee, dilakukan pada hari Senin, 4 Mei 2026, melalui platform Shopee.

E. Website

Ambadar. "5 Teori yang Menjadi Dasar Perlindungan Kekayaan Intelektual." <https://ambadar.com/id/insights/copyright/5-teori-yang-menjadi-dasar-perlindungan-kekayaan-intelektual/>, diakses 22 Februari 2026.

Databoks Katadata. "E-Commerce yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia pada 2025." <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2025/08/19/e-commerce-yang-sering-diakses-masyarakat-indonesia-pada-2025/>, diakses 26 Maret 2026.

Kumparan. "Profil Perusahaan Shopee Sebagai Aplikasi Belanja Online Asia." <https://kumparan.com/berita-terkini/profil-perusahaan-shopee-sebagai-aplikasi-belanja-online-asia-1y5jwp8MoSo>, diakses 26 Maret 2026.

Replika.id. "Chris Feng, Tokoh di Balik Melejitnya Shopee dan Ekspansi SEA Group." <https://replika.id/chris-feng-tokoh-di-balik-melejitnya-shopee-dan-ekspansi-sea-group/>, diakses 26 Maret 2026.

Shopee Indonesia. Syarat Layanan dan Kebijakan Hak Kekayaan Intelektual Shopee Indonesia. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187> dan <https://help.shopee.co.id/portal/4/category/17638-Kebijakan/418-KebijakanShopee>, diakses 30 Maret 2026.

Teknologi Bisnis.com. "Riset APJII 2026: Buyer Pengakses Shopee, Lazada Menurun, Pindah ke TikTok Shop." <https://teknologi.bisnis.com/read/20260616/266/1981173/riset-apjii-2026-buyer-pengakses-shopee-lazada-menurun-pindah-ke-tiktok-shop>, diakses 20 Juni 2026.

ToffeeDev. "Shopee Revenue Model." <https://toffeeDev.com/blog/e-commerce/shopee-revenue-model/>, diakses 7 Juni 2026.