

LEGALITAS KOMERSIALISASI FANART ANIME**Jessy Wijaya¹, Yudi Kornelis²**¹Fakultas Hukum, Ilmu Hukum, Universitas Internasional Batam, 1951135.jessy@uib.edu²Fakultas Hukum, Ilmu Hukum, Universitas Internasional Batam**ABSTRACT**

The commercialization of anime fanart is rather an ambiguous problem, considering that there is no specific regulation about this matter, either in the Law No. 28 of 2014 on Copyright or Japan Copyright Act. The commercialization of anime fanart occurs because fan artists do not understand this matter. The purpose of this study is to compare the commercialization of anime fanart regulation between Indonesia and Japan. This study uses a normative juridical research method with a comparative law approach and a statute approach. The result of this study indicates that the commercialization of anime fanart has been implicitly regulated in Indonesia Copyright Act, as well as in Japan Copyright Act. In addition, Law No. 28 of 2014 on Copyright and Japan Copyright Act, both categorized the commercialization of anime fanart as an act of copyright infringement. Based on Law No. 28 of 2014 on Copyright, this action is categorized as an act of copyright infringement because there is no license from the anime's creator. Meanwhile, based on the Japan Copyright Act, this action is a copyright infringement because there is no permission to the creator for the commercialization of the anime fanart.

ARTICLE INFO**Keywords:**

Comparative; Copyright; Fanart; Indonesia; Japan

Cite this paper:

Wijaya, J., & Kornelis, Y. (2022, Desember). Legalitas Komersialisasi Fanart Anime. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 5(2).

Scope Article

Administrative Law

PENDAHULUAN

Di era revolusi 4.0 yang serba maju seperti sekarang, teknologi menjadi bagian dari keseharian manusia. Teknologi yang maju pada era ini tentunya banyak membawa manfaat bagi manusia. Manfaatnya ditandai dengan komunikasi dan interaksi yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan efisien, baik berinteraksi antar wilayah maupun antar negara atau global. Kemajuan teknologi dan komunikasi yang menyatukan masyarakat di seluruh dunia ini membawa kita pada suatu era yang disebut sebagai era globalisasi.¹ Jika ditarik dari perkembangan sebelumnya, perkembangan teknologi saat ini tampak sangat berbeda karena adanya jaringan internet. Jaringan internet inilah yang memberikan informasi-informasi dengan cepat dan memberikan akses *real-time* sehingga manusia sulit untuk lepas dari teknologi tersebut. Kehadiran teknologi yang dinilai memberikan sebuah terobosan yang baru dalam kehidupan manusia, dan juga mulai memanjakan manusia itu sendiri, sehingga perlahan-lahan teknologi mulai mendasari kehidupan manusia.

¹ Budiarto, G. (2020). Indonesia dalam Pusaran Globalisasi dan Pengaruhnya Terhadap Krisis Moral dan Karakter. *Jurnal Pamator*, 13(1), 50-56., hlm. 50.

Teknologi yang maju dan jaringan internet sebagai pelengkapannya membuat budaya dan pengaruh asing kerap masuk ke Indonesia dengan mudah. Eksistensi internet membuat masyarakat sangat mudah untuk mengakses budaya-budaya dari negara lain. Berbagai film, lagu, dan konten dari negara-negara lain dapat kita nikmati secara mudah dan sederhana walaupun terpaut jarak antar wilayah yang jauh. Dari hal tersebut, kerap muncul berbagai tren-tren budaya asing di Indonesia, salah satu tren yang cukup ramai diminati adalah tren *anime* dari Jepang. Secara harafiah, *anime* berasal dari kata "*animation*", tetapi kerap diartikan sebagai animasi yang diproduksi oleh Jepang.² Gambar warna-warni para tokoh, desain grafis yang memukau, serta alur cerita yang menarik membuat *anime* populer di berbagai kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa.³ Jepang sendiri mulai memproduksi *anime* sejak tahun 1917, dengan *anime* pertama berjudul *Saru-Kani Gassen* (Perkelahian Seekor Monyet dan Kepiting) karya Oten Shimokawa, Jun'ichi Koichi, dan Seitaro Kitayama.⁴ Sejak diproduksi *anime* pertama tersebut, Jepang mulai berkembang semakin pesat dalam dunia animasi. Sedangkan di Indonesia, *Wanpaku Omukashi Kumu Kumu* yang ditayangkan di stasiun televisi TVRI pada tahun 1970-an akhir menjadi terobosan baru dalam pengenalan *anime* di Indonesia.⁵ Dewasa ini, masyarakat tidak hanya menonton *anime* melalui penayangan di televisi, tetapi cukup mengaksesnya melalui situs di internet yang menayangkan *anime* secara gratis dan *legal* seperti *iQIYI*, *Bstation*, *Youtube*, *Viu*, *WeTV* dan semakin meningkatkan popularitas *anime* di Indonesia.

Peningkatan popularitas *anime* tersebut melahirkan banyak penggemar-penggemar *anime* dari berbagai kalangan. Penggemar-penggemar tersebut tidak hanya menikmati *anime* dalam diam, tetapi juga melakukan berbagai aktivitas, seperti membentuk komunitas-komunitas pecinta *anime*, *cosplay*, membeli *merchandise anime*, serta membuat karya sebagai bentuk apresiasi untuk *anime* tersebut. Salah satu karya yang dihasilkan oleh penggemar *anime* adalah seni penggemar atau yang lebih dikenal sebagai *fanart*. *Fanart anime* merupakan karya seni gambar yang merujuk pada suatu karakter *anime* tertentu.⁶ Karya *fanart anime* dihasilkan oleh penggemar karena mereka cenderung ingin mengambil peran aktif dalam *fandom* (kumpulan penggemar) dan hal tersebut membuat para penggemar merasa terhubung dengan dunia *anime* tersebut.⁷ Karya *fanart* yang dihasilkan tersebut kemudian diunggah ke sosial media untuk dibagikan dan dinikmati oleh penggemar-penggemar lainnya.

Tidaklah mudah dalam membuat sebuah *fanart* yang akan diunggah dan dibagikan ke sosial media. Seorang *fan artist* yang hendak membuat *fanart* harus mengorbankan waktu dan tenaga, serta kreativitas yang dimiliki. Walaupun *fanart* bukan merupakan karya yang orisinal secara sepenuhnya, tetapi dalam pembuatannya tetap terdapat materi baru yang orisinal, yaitu dari segi gaya menggambar yang merupakan bentuk transformasi dari *anime* orisinalnya. Dikarenakan sebuah *fanart* merupakan versi baru dari transformasi suatu karya yang telah ada sebelumnya, maka *fanart* termasuk karya turunan.⁸ Dalam hal ini, maka *fanart* yang berada di sosial media dan dinikmati serta dibagikan oleh semua orang merupakan kekayaan intelektual yang dimiliki oleh *fan artist* tersebut.

² Pramesti, N. N. D., & Westra, I. K. (2021). Perlindungan Karakter *Anime* Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 10(1), 79-90., hlm. 80.

³ Yamane, T. (2020). Kepopuleran dan Penerimaan *Anime* Jepang di Indonesia. *Jurnal Ayumi*, 7(1), 68-82., hlm. 70.

⁴ Lopez, A. H. (2012). A New Perspective On The First Japanese Animation. *CONFIA: International Conference on Illustration & Animation*, 579-586., hlm. 583.

⁵ Al-Farouqi, A., Sutrisno, N., & Riswand, B. A. (2020). The Law of *Anime*: Otaku, Copyright, Fair Use, and It's Infringement in Indonesia. *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 1(1), 42-60., hlm. 43.

⁶ Rizky. (2019). "*Fanart*"? Apa, Sih?. Diambil Februari 2, 2022, Dari <https://bentangpustaka.com/fanart-apa-sih/>

⁷ Booth, P. (2018). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. New Jersey: John Wiley & Sons., hlm. 145-146.

⁸ Risky, N. F., & Bintang, S. (2019). Perlindungan Karya Derivatif Fanfiksi di Internet Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *JIM Bidang Hukum Keperdataan*, 3(1), 165-174., hlm. 174.

Di Indonesia sendiri, karya cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (untuk selanjutnya disebut dengan UU Hak Cipta). Pasal 1 angka 1 UU Hak Cipta telah mendefinisikan hak cipta sedemikian rupa, bahwa hak cipta merupakan hak eksklusif yang hanya dimiliki oleh pencipta karya yang timbul secara sendirinya berdasarkan prinsip deklaratif. Artinya hak ini diperoleh setelah terciptanya suatu karya yang berasal dari pemikiran-pemikiran yang dituangkan ke dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang ada.⁹ Hak cipta yang diterapkan di Indonesia menganut konsep “hak moral” dan “hak ekonomi”. Hak moral merupakan hak yang dimiliki oleh pencipta untuk mencantumkan namanya dalam ciptaannya dan untuk melarang orang lain mengubah ciptaannya, tidak luput dari judul ataupun anak judul, serta lain-lainnya. Sementara itu, hak ekonomi merupakan hak yang dimiliki oleh pencipta untuk mendapatkan manfaat finansial atas karya yang telah diciptakan dan hak tersebut bersifat abadi sehingga tidak dapat dihilangkan dengan alasan apapun, meskipun hak cipta tersebut telah dialihkan.¹⁰ Konsep “hak moral” dan “hak ekonomi” tersebut merupakan penjabaran dari hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta. Dalam UU Hak Cipta, *fanart* belum terdapat definisi dan penjelasan secara spesifik. Tetapi jika ditelisik lebih lanjut, berdasarkan Pasal 40 ayat (1) huruf n UU Hak Cipta, *fanart* dapat dikategorikan sebagai karya adaptasi ataupun karya derivatif. Sehingga *fanart* tergolong sebagai ciptaan yang dilindungi.

Jepang sebagai negara yang memproduksi *anime* tentunya memiliki banyak penggemar *anime*. Penggemar *anime* di Jepang juga turut menghasilkan karya-karya untuk mendukung *anime* kesukaan mereka, salah satunya adalah *fanart*. Sama seperti di Indonesia, Jepang juga mengkategorikan *fanart* sebagai karya turunan yang dilindungi oleh hak cipta. Instrumen hukum yang digunakan oleh Jepang untuk melindungi hak cipta adalah *Japan Copyright Act*.

Fanart sendiri cukup diminati oleh para penggemar *anime* karena para penggemar dapat melihat para karakter *anime* dari gaya seni yang berbeda. *Fan artist* yang terkenal dan memiliki cukup banyak pengikut di sosial media kemudian mulai melakukan komersialisasi atas *fanart* tersebut. Komersialisasi *fanart* ini menjadi ladang bisnis baru bagi para *fan artist* dalam mencari keuntungan. Komersialisasi tersebut dilakukan dalam berbagai cara, seperti *open commission* maupun pembuatan *merchandise* seperti dalam bentuk *sticker*, gantungan kunci, *standee acrylic*, *photo card*, *art print*, dan lain sebagainya. Komersialisasi *fanart* banyak dilakukan di berbagai jejaring sosial, seperti di Twitter, Instagram, maupun Facebook.¹¹ *Fanart* juga banyak diperjual-belikan di *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Tanpa disadari, tindakan komersialisasi *fanart* tersebut terjadi dikarenakan belum adanya kepastian yang mengatur mengenai hal tersebut. Dalam UU Hak Cipta dan *Japan Copyright Act* tidak ada pengaturan secara spesifik mengenai *fanart* maupun komersialisasinya. *Fanart* merupakan hasil karya dari *fan artist* yang kreasinya merupakan hak cipta dari *fan artist*, tetapi di satu sisi, *fan artist* melakukan komersialisasi atas *fanart* yang karyanya merujuk pada karakter *anime* tertentu tanpa izin dari pemilik lisensi *anime* tersebut.

Penelitian terdahulu mengenai hak cipta mengenai *anime* telah banyak dilakukan, seperti oleh Ni Made Gearani Larisa Paramita dan Nyoman Mudana yang mengkaji mengenai perlindungan hak cipta *anime* yang diunggah oleh *fanart* tanpa izin pencipta dan faktor-faktor yang menyebabkan penyebaran *anime* oleh *fanart* tanpa izin di Indonesia.¹² Selain

⁹ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

¹⁰ Razak, A., & Sinilele, A. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Musik Sebagai Suara Latar Di Konten *YouTube* Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Qadauna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Keluarga Islam*, 1(28), 469-481., hlm. 472.

¹¹ Pavita, P. R. (2021). Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial untuk Jual-Beli *Fanwork* dalam Fandom: Studi Terhadap Prosumer dalam Fandom di Twitter. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 160-172., hlm. 162.

¹² Paramita, N. M. G. L., & Mudana, N. (2019). Perlindungan Hukum Hak Cipta Film *Anime* yang Diunggah oleh Komunitas *Fandub* Tanpa Izin Pencipta. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 7(11), 1-18., hlm. 6.

itu, Muchamad Ilham juga mengkaji mengenai legalitas dari tindakan *fan-subtitle* yang menerjemahkan dan mengunggah *anime* berdasarkan UU Hak Cipta.¹³ Ada juga penelitian oleh Suhardi yang mengkaji mengenai perlindungan hak cipta terhadap pembajakan *merchandise anime* di Indonesia.¹⁴ Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengkaji *fanart* dan tindakan komersialisasi *fanart* serta komparasi hak cipta Indonesia dan Jepang atas tindakan komersialisasi *fanart* tersebut. Sehingga, rumusan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pengaturan komersialisasi *fanart* di Indonesia menurut UU Hak Cipta dan bagaimana pengaturan komersialisasi *fanart* di Jepang menurut *Japan Copyright Act*. Merujuk pada rumusan permasalahan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan dan mengkaji pengaturan komersialisasi *fanart* berdasarkan UU Hak Cipta Indonesia dan *Japan Copyright Act*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normatif (*legal research*) dengan pendekatan perbandingan hukum dan pendekatan perundang-undangan. Penggunaan metode ini disesuaikan dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk membandingkan dan mengkaji pengaturan komersialisasi *fanart* antar dua negara, dalam hal ini adalah Indonesia dan Jepang. Sehingga metode ini mengkaji bahan hukum primer berupa Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan *Japan Copyright Act* serta bahan kepustakaan yang akan menghasilkan jawaban atas permasalahan hukum yang akan dibahas. Penelitian hukum normatif berfokus pada konsepsi hukum dan kaidah hukum sebagai dasar penentuan apakah suatu peristiwa telah tepat atau kurang tepat bahkan tidak tepat sama sekali, serta bagaimana seyogyanya suatu peristiwa berjalan menurut hukum, tidak sampai mengkaji pada perilaku manusia yang mengimplementasikannya.¹⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Komersialisasi *Fanart* di Indonesia Menurut UU Hak Cipta

Kepopuleran *anime* yang berasal dari Jepang merupakan suatu fenomena yang tidak dapat dielakkan. Keberhasilan *anime* di Indonesia didorong oleh kecanggihan teknologi, di mana penggunaan platform *streaming* seperti YouTube, Netflix, iQIYI, dan sebagainya semakin meningkat dikarenakan masyarakat yang dihimbau untuk di rumah saja sejak pandemi Covid-19. Kepopuleran *anime* di Indonesia juga turut melahirkan penggemar-penggemar *anime* baru dari berbagai kalangan. Untuk mendukung *anime* yang mereka sukai, tidak jarang para penggemar menggunakan keahlian mereka untuk menghasilkan karya-karya seni, salah satunya adalah *fanart*.

Sebagaimana yang telah disinggung di latar belakang, *fanart* adalah sebuah karya seni yang dibuat oleh seseorang, yang mana ilustrasi gambar tersebut merujuk pada karakter tertentu yang sudah ada sebelumnya. Oleh karena itu, *fanart anime* adalah sebuah ilustrasi gambar yang dibuat oleh seorang penggemar yang biasa disebut sebagai *fan artist* yang gambarnya menyerupai ataupun merujuk pada suatu tokoh *anime* tertentu. Pada umumnya, gambar pada *fanart* tidak persis sama dengan karakter *anime* aslinya, tetapi hanya menyerupai karakter tersebut, karena para *fan artist* menjadikan karakter *anime* tertentu sebagai inspirasi mereka. Hasil *fanart* dari setiap *fan artist* juga berbeda-beda karena mengikuti *style* gambar dari masing-masing *fan artist*. *Fanart* menjadi media bagi para penggemar untuk mencoba mengekspresikan kreativitas, imajinasi, serta keahlian menggambar mereka. Maraknya *fanart* yang ada saat ini difasilitasi oleh kemudahan

¹³ Ilham, M. (2019). Legalitas Perbuatan Fan-Subtitle (Fansub) yang Menerjemahkan dan Mengunggah Anime Menurut Pasal 9 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 25(7), 1-8., hlm. 5.

¹⁴ Suhardi. (2017). *Perlindungan Hak Cipta terhadap Pembajakan Merchandise Anime di Indonesia*. Pontianak: Skripsi Universitas Tanjungpura.

¹⁵ Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press., hlm. 52.

teknologi dan internet. Para *fan artist* umumnya mengunggah hasil *fanart* mereka ke media sosial, seperti *Twitter* maupun *Instagram*. *Fanart* kemudian tersebar semakin luas ke penggemar-penggemar lainnya dari *re-tweet* (untuk *Twitter*), *likes*, dan juga *share* yang telah dilakukan. Semakin banyak *re-tweet*, *likes*, dan *comments*, maka semakin populer *fanart* tersebut.¹⁶

Fanart yang mendapatkan banyak dukungan dan popularitas di media sosial kemudian melakukan komersialisasi atas *fanart* mereka. Para *fan artist* turut menjual merchandise seperti *sticker*, gantungan kunci, *standee acrylic*, *pop socket*, *photo card*, serta *art print* yang berasal dari hasil *fanart* mereka. Komersialisasi terhadap *fanart* dilakukan oleh *fan artist* tentunya dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Komersialisasi *fanart* dilakukan karena perilaku konsumtif penggemar *anime*, di mana para penggemar akan membeli barang-barang yang mereka sukai tanpa memedulikan harga dan nilai dari barang tersebut.¹⁷ Hal ini menjadikan komersialisasi *fanart* sebuah ladang bisnis baru bagi *fan artist*. Seperti *fan artist* Indonesia dengan *username* @6baji di *Twitter* yang melakukan komersialisasi *fanart* dari *anime Tokyo Revengers* maupun *Jujutsu Kaisen* dalam bentuk *art print* dan *fan artist* @kiseckiest yang melakukan komersialisasi *fanart* anime *Haikyuu*, *Spy x Family*, dan lainnya dalam bentuk gantungan kunci, *pop socket*, dan sebagainya melalui *marketplace* Shopee. Selain itu, juga terdapat *fan artist* asal Jepang @ampnzzzco yang menjual *art print* hasil *fanart*-nya dengan karakter *anime Jujutsu Kaisen*.

Merujuk pada UU Hak Cipta, *fanart* belum memiliki definisi tersendiri. Meskipun belum memiliki definisi tersendiri, dalam Pasal 40 ayat (1) UU Hak Cipta, *fanart* dapat dikategorikan sebagai karya adaptasi atau pengalihwujudan. Pasal 40 ayat (1) huruf n menjelaskan bahwa adaptasi merupakan suatu ciptaan yang dialihwujudkan menjadi bentuk yang lain. Penciptaan karya pengalihwujudan seperti *fanart* ini juga dapat disebut sebagai karya turunan atau karya derivatif.¹⁸ Suatu karya dapat disebut sebagai karya adaptasi atau pengalihwujudan jika memenuhi ketentuan-ketentuan, seperti harus memiliki perbedaan dibandingkan karya aslinya dan juga memiliki keunikan tersendiri.¹⁹ Dalam hal ini, *anime* yang merupakan bentuk audio visual atau animasi mengalami pengalihwujudan menjadi *fanart* yang berupa gambar. *Fanart* juga tentunya memiliki perbedaan dan keunikan tersendiri dibandingkan karya aslinya karena dihasilkan oleh ide *fan artist* yang menjadikan karakter *anime* sebagai inspirasi dan digambarkan dengan *style* tersendiri *fan artist*, maka dari itu terdapat unsur orisinalitas yang terpenuhi. Definisi dari adaptasi tersebut cocok dengan *fanart*, sehingga *fanart* dapat menjadi bagian dari hak cipta yang harus dilindungi. Selain itu, berdasarkan hukum siber, ciptaan-ciptaan yang telah diunggah di internet terhitung sebagai objek yang dilindungi.²⁰

Berdasarkan Pasal 40 ayat (1) huruf n UU Hak Cipta yang mengklasifikasikan karya adaptasi sebagai ciptaan yang dilindungi, serta *fanart* yang terkategori sebagai karya adaptasi berdasarkan ketentuan-ketentuan yang diuraikan sebelumnya, maka *fanart* dapat dinyatakan sebagai karya yang harus dilindungi hak ciptanya. Yang menimbulkan permasalahan adalah kegiatan komersialisasi *fanart* yang kerap dilakukan oleh para *fan artist*. Pada satu sisi, *fanart* merupakan hasil karya orisinal *fan artist* sehingga ia mempunyai kebebasan untuk melakukan apapun pada karyanya, namun *fanart* yang dikomersialisasikan tersebut mengandung karakter *anime* yang pernah ada sebelumnya.

¹⁶ Hidayati, A. N., & Riyanto, E. D. (2020). The Characteristics of Fandom Reveluv as A Cyberfandom of Red Velvet on Twitter. *Diglossia: Jurnal Kajian Ilmiah Kebahasaan dan Kesustraan*, 12(2), 98-108., hlm. 102.

¹⁷ Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., & Aristawati, A. R. (2021). Fanatisme terhadap *Anime* dan Perilaku Konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research*. 1(2), 70-75., hlm. 71.

¹⁸ Mahartha, A. (2018). Pengalihwujudan Karya Sinematografi Menjadi Video Parodi dengan Tujuan Komersialisasi Perspektif Perlindungan Hak Cipta. *Jurnal Kertha Patrika*, 40(1), 13-23., hlm. 19.

¹⁹ Fikri, I. (2021). Perlindungan Hak Ekonomi dalam Karya Adaptasi Berdasarkan Hukum Tentang Hak Cipta. *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 15(2), 217-235., hlm. 219-220.

²⁰ Andini, K., Permata, R. R., & Ayu, M. R. (2021). Perlindungan Hak Cipta pada Penggunaan Gambar di Internet yang Dijadikan Desain pada Fitur Filter Cerita (Stories) Aplikasi Instagram Secara Tanpa Hak Untuk Tujuan Komersil. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(2), 379-388., hlm. 382.

Selain itu, umumnya *fanart* juga dilakukan tanpa izin dari pemilik lisensi *anime*, karena *fan artist* hanya menggambar dan mengunggah ke sosial media sebagai bentuk dukungan dan apresiasi sebelum dilakukan komersialisasi. Dalam tindakan mengunggah *fanart*, *fan artist* tidak melanggar hak ekonomi maupun hak moral pencipta, karena *fan artist* tidak mendapatkan keuntungan dari tindakan mengunggah *fanart* dan tidak melanggar hak moral pencipta karena *fan artist* mencantumkan judul *anime* maupun nama pencipta yang sering dikenal sebagai "*credit*", serta *fan artist* juga tidak mengakui bahwa karakter yang digambar dalam *fanart* tersebut merupakan milik mereka, melainkan hanyalah berupa karya adaptasi dari *anime* yang bersangkutan.

Dalam Pasal 1 angka 1 UU Hak Cipta disebutkan bahwa hak cipta merupakan hak eksklusif yang ditujukan untuk pencipta atau pemegang hak atas sebuah ciptaan yang bisa mengumumkan ciptaannya sendiri dan memberikan izin atas ciptaan yang dimilikinya kepada pihak lainnya. Berdasarkan definisi tersebut, seorang pemegang hak cipta seperti *fan artist* memiliki hak dan kebebasan untuk mengontrol atas hasil ciptaannya. Dalam Pasal 4 UU Hak Cipta dijelaskan bahwa hak eksklusif terdiri dari hak moral dan hak ekonomi. Sesuai Pasal 5 ayat (1) UU Hak Cipta, hak moral adalah hak yang telah ada sejak seorang pencipta berhasil menciptakan karyanya dan akan melekat secara kekal pada diri pencipta tersebut. Hak moral dapat diartikan sebagai hak dari pencipta untuk tetap mencantumkan nama atau tidak mencantumkan nama dari pencipta pada salinan karya pencipta yang berhubungan dengan pemakaian karya ciptaannya oleh umum. Selain mencantumkan dan tidak mencantumkan nama, dalam hak ini pencipta dapat menggunakan nama asli atau nama samarannya, mengubah judul dari ciptaannya, mengubah ciptaannya sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat, memutilasi ciptaan, modifikasi ciptaan, ataupun mempertahankan haknya apabila terjadi distorsi ciptaan. Dari penjelasan hak moral tersebut, terdapat dua aspek yang dapat ditemukan dalam perlindungan hak moral, yaitu *right of paternity* dan *right of integrity*. *Right of paternity* merupakan hak untuk menyebutkan dan/atau mencantumkan nama pencipta ke dalam ciptaan. Sedangkan *right of integrity* merupakan sikap atau perlakuan atau martabat dari pencipta. Kedua aspek tersebut berkaitan erat dengan pencipta, sehingga hak moral sendiri disebutkan sebagai hak yang tidak dapat dipisahkan antara ciptaan dengan diri penciptanya dan selalu terintegrasi dengan penciptanya.²¹ Kemudian pada Pasal 8 sampai dengan Pasal 11 UU Hak Cipta diatur mengenai hak ekonomi. Hak ekonomi merupakan hak dari pencipta untuk mendapatkan manfaat secara finansial atau ekonomi atas ciptaannya serta produk hak terkait. Hak ekonomi berbeda dengan hak moral yang berkaitan hanya dengan pencipta.

UU Hak Cipta sendiri juga memberikan penjelasan mengenai tindakan-tindakan yang tidak termasuk ke dalam pelanggaran hak cipta. Dapat dilihat pada Pasal 43 huruf d UU Hak Cipta yang menyebutkan bahwa tindakan menyebarluaskan sebuah konten hak cipta melalui media sosial dan tidak memiliki tujuan komersial, maka itu tidak termasuk kedalam bentuk pelanggaran hak cipta, dan ditambah dengan pernyataan yang menyebutkan bahwa pihak pencipta atau pemegang hak tidak keberatan atas penyebarluasan karya tersebut. Pasal 44 ayat (1) UU Hak Cipta memberikan pengertian bahwa sebuah karya hak cipta dapat dilakukan pengunduhan, digunakan, dan dilakukan penggandaan selama dicantumkan dengan lengkap nama pencipta dari karya tersebut dan bukan merupakan sebuah tindakan pelanggaran hak cipta. Dari penjelasan kedua pasal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *fanart* sendiri bukanlah pelanggaran hak cipta. Unggahan *fanart* yang disebarluaskan melalui media sosial tidak memiliki tujuan komersial, dan apabila pihak pencipta tidak keberatan, maka *fanart* dapat diunggah secara bebas. Hanya saja pengunggahan *fanart* tersebut harus mencantumkan lengkap nama pencipta karya orisinal tersebut atau nama *anime* yang bersangkutan, dalam hal ini sering disebut sebagai "*credit*".

²¹ Mailangkay, F. (2017). Kajian Hukum tentang Hak Moral Pencipta dan Pengguna Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Lex Privatum*, 5(4), 138-144., hlm. 138.

Berdasarkan Pasal 40 ayat (1) UU Hak Cipta, *fanart* telah memenuhi unsur hak cipta dan merupakan objek hak cipta yang perlu dilindungi. Hal ini menjadikan *fanart* sebuah karya yang *legal* di masyarakat. Meskipun *fanart* merupakan objek hak cipta, tetapi komersialisasi *fanart* tetap merupakan suatu permasalahan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam Pasal 43 huruf d UU Hak Cipta, *fanart* tidak termasuk pelanggaran hak cipta jika tidak memiliki tujuan komersial dan pihak pencipta tidak keberatan, tetapi dalam tindakan komersialisasi *fanart*, *fan artist* telah melaksanakan tujuan komersial. Dalam Pasal 1 angka 24 UU Hak Cipta dijelaskan bahwa penggunaan secara komersial merupakan kegiatan memanfaatkan ciptaan atau produk hak terkait dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dari berbagai sumber atau bayaran.

Dalam fenomena komersialisasi *fanart*, *fan artist* melakukan penjualan *fanart* mereka melalui berbagai sosial media, dengan *fanart* yang telah dirancang dalam berbagai bentuk *merchandise* seperti gantungan kunci, *sticker*, *standee acrylic*, dan lain sebagainya yang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perlu diketahui bahwa *fanart* dibuat tanpa izin dari pencipta mengingat pembuatannya adalah sebagai apresiasi maupun dukungan untuk *anime* tertentu, sehingga penjualan *fanart* tersebut merupakan produk unofficial ataupun produk tanpa lisensi dari pencipta atau pemilik lisensi *anime* yang bersangkutan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan komersialisasi *fanart* termasuk sebagai pelanggaran hak cipta yang mana telah dijelaskan dalam Pasal 9 ayat (3) UU Hak Cipta, bahwa setiap orang dilarang keras untuk melakukan pengandaan dan/atau menggunakan secara komersial ciptaan orang lain tanpa seizin dari pencipta atau pemegang karya.²² Pernyataan berdasarkan Pasal 9 ayat (2) diperjelas pada Pasal 80 ayat (3) UU Hak Cipta, yang menyebutkan bahwa ketika sebuah ciptaan hendak digunakan untuk tujuan komersial, selain memerlukan izin dari pencipta atau pemegang hak, seorang pengguna juga harus memberikan royalti sebagai imbalan kepada pencipta atau pemegang hak, berdasarkan pada perjanjian lisensi kontrak yang sudah diperjanjikan.²³ Menurut Pasal 1 angka 20 UU Hak Cipta, lisensi adalah izin tertulis yang diberikan oleh pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait kepada pihak lain untuk melaksanakan hak ekonomi atas ciptaannya atau produk hak terkait dengan syarat tertentu.

Walaupun *fanart* merupakan objek hak cipta dan *fanart* yang dikomersialisasikan merupakan karya miliknya *fan artist*, namun *fanart* yang dihasilkan menggunakan wajah karakter *anime*, logo, serta nama ataupun judul dari *anime* tersebut. Sehingga untuk melakukan tindakan komersialisasi, seharusnya *fan artist* meminta izin berupa lisensi kepada pemilik hak cipta dalam hal ini adalah studio yang memproduksi *anime* yang bersangkutan. Dari lisensi yang telah disepakati oleh *fan artist* dan studio *anime* yang bersangkutan, maka studio *anime* dapat memperoleh royalti atas penjualan *fanart* tersebut. Berdasarkan Pasal 1 angka 21, royalti merupakan imbalan atas pemanfaatan hak ekonomi suatu ciptaan yang diterima oleh pencipta atau pemilik hak terkait. Terlepas dari memiliki lisensi atau tidak, studio *anime* bersangkutan sebagai pemilik hak cipta memiliki hak untuk sewaktu-waktu menuntut royalti atas *fanart* yang dikomersilkan tersebut. Selain itu, studio *anime* sebagai pemilik hak cipta juga memiliki hak untuk melarang, menghentikan, dan menyatakan keberatan atas komersialisasi tersebut, terlebih jika merugikan *anime* yang bersangkutan.²⁴

Menurut UU Hak Cipta, penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran hak cipta dapat dilakukan dengan mengajukan upaya hukum melalui litigasi dan non-litigasi. Karena pelanggaran hak cipta bersifat delik aduan, maka perlu disadari bahwa perlindungan

²² Devi, N. N. J. K., & Dharmawan, N. K. S. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Video Kreatif Yang Diunggah Pada Aplikasi *TikTok* Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 9(4), 715-724., hlm. 721.

²³ Krisna, M. A. Y., & Priyanto, I. M. D. Tanggung Jawab Pihak *YouTube* Terhadap Pelanggaran Video Tanpa Izin Pencipta. *Jurnal Universitas Udayana*, 7(10), 1-17., hlm. 9.

²⁴ Putri, K. W. A. A. (2021). Tinjauan Yuridis Komersialisasi *Fanart* Idol K-pop Pada Unofficial Merchandise Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Unizar Law Review*, 4(2), 145-156., hlm. 151.

hukum yang bersifat represif ini berlaku ketika adanya pelaporan yang dilakukan oleh pencipta yang merasa dirugikan (Pasal 120 UU Hak Cipta).²⁵ Upaya hukum litigasi bisa ditempuh oleh pencipta apabila ditemukan suatu pelanggaran, dengan cara: 1) Mengajukan permohonan penetapan ke Pengadilan Niaga dengan menunjukkan hasil pencatatan yang telah dilakukan (upaya preventif) kepada Majelis Hakim dengan tujuan untuk mendapatkan penetapan sementara yang dapat mencegah keberlanjutan dari pelanggaran hak cipta (Pasal 106 UU Hak Cipta), 2) Mengajukan gugatan ganti rugi atas pelanggaran hak cipta terhadap *anime* kepada Pengadilan Niaga (Pasal 99 UU Hak Cipta), dan 3) Melaporkan aksi pelanggaran tersebut kepada pihak yang berwenang dalam hal ini, pihak Kepolisian Republik Indonesia (POLRI) dan/atau penyidik pegawai negeri sipil Ditjen KI (Pasal 110 UU Hak Cipta).²⁶ UU Hak Cipta juga tidak tanggung-tanggung dalam memberikan perlindungan hukum kepada pencipta dengan tujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta. Hal ini tampak dengan di mana pencipta juga dapat menuntut secara pidana.²⁷ Tuntutan pidana tersebut tercantum dalam Pasal 113 ayat (2) UU Hak Cipta yang memberikan penjelasan bahwa apabila seseorang tidak memiliki hak dan izin melakukan pelanggaran hak cipta berupa pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan demi memperoleh keuntungan, maka dapat dipidana penjara paling lama 3 tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah.²⁸ Upaya hukum non-litigasi adalah penyelesaian sengketa di luar jalur pengadilan.²⁹ Jenis upaya hukum non-litigasi yang dapat ditempuh sesuai dengan Pasal 95 ayat (1) UU Hak Cipta yaitu berupa arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa.³⁰

Pengaturan Komersialisasi *Fanart* di Jepang Menurut *Japan Copyright Act*

Jepang dikenal sebagai negara termaju dalam industri animasi dunia.³¹ Dalam dunia animasi tentunya tidak luput dari yang namanya hak cipta. Hal ini membuat pengaturan hak cipta menjadi hal yang penting di Jepang. Berkaitan dengan hak cipta, Jepang memiliki sebuah peraturan hukum yang disebut *Japan Copyright Act*. *Japan Copyright Act* yang pertama disahkan pada tahun 1899.³² Sebagai negara yang meratifikasi *Berne Convention*, pengaturan *Japan Copyright Act* tidak jauh berbeda dengan negara peratifikasi *Berne Convention* lainnya. Dalam Pasal 1 *Japan Copyright Act* dijelaskan bahwa tujuan dari undang-undang ini adalah untuk memberikan hak pencipta dan hak terkait sehubungan dengan karyanya, dan untuk memastikan perlindungan atas hak pencipta dan pemegang hak cipta serta eksploitasi terhadap produk-produk budaya secara adil sehingga dapat berkontribusi kepada pengembangan budaya.

Sama dengan UU Hak Cipta, dalam *Japan Copyright Act*, *fanart* juga belum memiliki definisi tersendiri. Tetapi jika ditelusuri lebih lanjut, *fanart* dapat dikategorikan sebagai karya derivatif berdasarkan *Japan Copyright Act*. Dalam Pasal 2 angka 11 dijelaskan bahwa karya derivatif merupakan karya yang diciptakan seseorang dengan menerjemahkan, mengarang aransemen musik, merumuskan kembali, mendramatisasi, membuat adaptasi sinematografi, atau dengan cara lain mengadaptasi karya yang sudah ada sebelumnya.

²⁵ Devi, N. N. J. K., & Dharmawan, N. K. S. *Loc.Cit.*

²⁶ Razak, A., & Sinilele, A. *Loc.Cit.*

²⁷ Disemadi, H. S., Yusuf, R. R., & Zebua, N. W. S. (2021). Perlindungan Hak Eksklusif Atas Ciptaan Digital Painting dalam Tatanan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 41-52., hlm. 49.

²⁸ Devi, N. N. J. K., & Dharmawan, N. K. S. *Loc.Cit.*

²⁹ Disemadi, H. S., & Kang, C. (2021). Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 7(1), 54-71., hlm. 66.

³⁰ Sudirman, L., Guswandi, C. P., & Disemadi, H. S. (2021). Kajian Hukum Keterkaitan Hak Cipta dengan Penggunaan Desain Grafis Milik Orang Lain secara Gratis di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(3), 207-218., hlm. 216.

³¹ Okeda, D., & Koike, A. (2011). Working conditions of animators: The real face of the Japanese animation industry. *Creative Industries Journal*, 3(3), 261-271., hlm. 261.

³² Courmandias, N. (2017). The Criminalisation of Copyright Infringement in Japan and What This Tells Us about Japan and the Japanese. *Asia Pacific Law Review*, 17(2), 167-184., hlm. 168.

Fanart dihasilkan dengan mengadaptasi karya yang telah ada sebelumnya, yaitu *anime*. *Japan Copyright Act* memiliki pengaturan spesifik mengenai karya yang dilindungi yang tercantum dalam Pasal 6. Karya yang dilindungi oleh *Japan Copyright Act* adalah: (i) karya yang dibuat oleh warga negara Jepang; (ii) karya yang pertama kali diterbitkan di Jepang; dan (iii) karya yang wajib dilindungi oleh Jepang berdasarkan suatu perjanjian internasional. Jepang sebagai negara yang meratifikasi *Berne Convention* memiliki kewajiban untuk hak cipta atas karya para pencipta dari negara-negara yang meratifikasi *Berne Convention*. Dalam hal ini, maka karya yang dihasilkan oleh Indonesia juga turut dilindungi oleh Jepang sebagai sesama negara yang meratifikasi konvensi tersebut. Sehingga karya *fanart anime* yang dihasilkan oleh warga negara Jepang dan warga negara Indonesia dikategorikan sebagai karya derivatif dan dilindungi oleh Jepang sebagaimana yang telah tercantum dalam Pasal 2 angka 11 dan Pasal 6 *Japan Copyright Act*.

Kemudian, sama dengan ketentuan umum yang diatur dalam UU Hak Cipta, Jepang juga mengatur mengenai hak moral dan hak ekonomi dalam *Japan Copyright Act*. Hak moral diatur dalam Pasal 18 sampai Pasal 20 *Japan Copyright Act* dengan tiga pembagian hak moral, yaitu *right to make work public*, *right of attribution*, dan *right of integrity*. Dalam Pasal 18 ayat (1) disebutkan bahwa pencipta suatu karya yang belum dipublikasikan berhak untuk menyediakan atau menyajikan karya tersebut kepada publik. Sedangkan penjelasan hak moral dalam Pasal 19 dan Pasal 20 *Japan Copyright Act* sama dengan ketentuan hak moral dalam UU Hak Cipta, di mana disebutkan bahwa pencipta berhak untuk memutuskan apakah akan menggunakan nama asli, nama samaran, ataupun tidak mencantumkan namanya (Pasal 19 ayat (1) *Japan Copyright Act*) dan pencipta berhak untuk menjaga keutuhan ciptaan beserta judulnya yang mana tidak boleh diubah, dipotong, atau dimodifikasi yang bertentangan dengan maksud pencipta (Pasal 20 ayat (1) *Japan Copyright Act*). Dalam hal ini, hak moral tidak dapat dialihkan dan akan selalu menjadi milik pencipta (Pasal 59 *Japan Copyright Act*). Sehingga walaupun pencipta menciptakan sebuah karya atas *work-for-hire*, hak moral pencipta tetaplah melekat pada karya tersebut.³³ Berbeda dengan hak moral, hak ekonomi dapat dilakukan pengalihan ke pihak lain. Hak ekonomi diatur dalam Pasal 21 sampai dengan Pasal 28 *Japan Copyright Act* yang membahas mengenai hak untuk penggandaan, distribusi, terjemahkan, penyebaran suatu ciptaan kepada publik, melakukan pameran, dan eksploitasi atas karya derivatif.

Berbeda dengan Indonesia, Jepang mengatur mengenai karya derivatif secara lebih spesifik dalam *Japan Copyright Act*. Pasal 11 *Japan Copyright Act* mengatur mengenai karya derivatif, yang mana dijelaskan bahwa perlindungan karya derivatif dalam *Japan Copyright Act* tidak memengaruhi hak pencipta atas ciptaan aslinya. Dalam Pasal 19 ayat (1) yang menjelaskan mengenai hak moral juga turut mengatur mengenai karya derivatif. Dijelaskan dalam pasal tersebut bahwa nama pencipta karya asli harus dicantumkan saat karya derivatif disajikan kepada publik. Kemudian, dalam Pasal 28 menjelaskan mengenai hak dari pencipta asli dalam mengeksploitasi karya derivatif, yang mana dijelaskan bahwa pencipta karya asli yang menjadi dasar suatu karya derivatif memiliki hak eksklusif yang sama dengan pencipta karya derivatif dalam hal eksploitasi karya derivatif tersebut.

Sama seperti UU Hak Cipta, *Japan Copyright Act* juga mencantumkan tindakan-tindakan yang tidak termasuk sebagai pelanggaran hak cipta, yang mana suatu karya dapat dieksploitasi, disebar, atau diperbanyak dengan tujuan-tujuan tertentu. Tujuan eksploitasi suatu karya cipta yang dimaksud adalah penggandaan suatu karya untuk penggunaan pribadi (Pasal 30), penggandaan karya untuk tujuan fasilitas perpustakaan (Pasal 31), sebagai kutipan (Pasal 32), untuk tujuan edukasi (Pasal 33 sampai Pasal 36), penggandaan karya untuk tunanetra (Pasal 37), untuk pertunjukan yang non-komersial (Pasal 38), pencetakan ulang komentar editorial (Pasal 39), eksploitasi atas pidato politik (Pasal 40), laporan berita atas peristiwa terkini (Pasal 41), penggandaan karya untuk proses peradilan (Pasal 42), penggandaan karya untuk mengumpulkan materi di bawah *National*

³³ Schendl, E. (2016). Japanese *Anime* and Manga Copyright Reform. *Washington University Global Studies Law Review*, 15(4), 631-652., hlm. 635.

Diet Library Act (Pasal 43), rekaman sesaat yang dilakukan oleh penyiar (Pasal 44), pameran karya artistik yang dilakukan oleh pencipta (Pasal 45), pameran karya artistik pada publik (Pasal 46), penggandaan dalam pameran karya artistik (Pasal 47 dan Pasal 47-2), penggandaan pemrograman komputer oleh pemilik salinan karya (Pasal 47-3), eksploitasi karya untuk dieksploitasi di komputer (Pasal 47-4), eksploitasi kecil yang terkait dengan pengolahan data terkomputerisasi (Pasal 47-5), eksploitasi dalam bentuk terjemahan, adaptasi, atau sejenisnya (Pasal 47-6), dan pengalihan salinan berdasarkan pembatasan hak penggandaan (Pasal 47-7). Meskipun eksploitasi, penggandaan, dan penyebaran karya tersebut boleh dilakukan, tetapi tetap harus dicantumkan secara jelas sumbernya. Hal ini diatur dalam Pasal 48 *Japan Copyright Act*, bahwa sumber karya, yaitu nama penciptanya, harus ditunjukkan secara jelas. Ketentuan mengenai indikasi sumber ini juga termasuk untuk karya derivatif. Artinya, berdasarkan Pasal 48 *Japan Copyright Act*, sebuah *fanart* yang diunggah di sosial media perlu mencantumkan sumbernya dengan jelas.

Perlu diketahui, tindakan yang tidak termasuk pelanggaran hak cipta yang dijelaskan dari Pasal 30 sampai Pasal 47-7 *Japan Copyright Act*, tidak ada yang menunjukkan bahwa karya derivatif yang dikomersilkan tidak melanggar hak cipta. Dijelaskan dalam Pasal 63 *Japan Copyright Act*, bahwa untuk mengeksploitasi suatu ciptaan, diperlukan izin dari pencipta asli. Pembuatan *fanart* yang awal mulanya sebagai apresiasi dan dukungan tidaklah mendapat izin dari pencipta. Para *fan artist* kemudian melakukan komersialisasi *fanart*-nya di internet juga tidak meminta izin dengan pencipta. Hal ini menunjukkan bahwa komersialisasi *fanart* merupakan suatu tindakan pelanggaran hak cipta.

Sama dengan UU Hak Cipta, menurut *Japan Copyright Act*, penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran hak cipta dapat dilakukan dengan upaya hukum litigasi dan non-litigasi. Upaya hukum litigasi diatur dalam Pasal 112 *Japan Copyright Act* yang dapat dilakukan dengan pencipta mengajukan tuntutan ke Pengadilan Sipil terhadap seseorang yang melanggar hak pencipta. Selain itu, pencipta atau pemilik hak cipta dapat menuntut penghancuran benda-benda yang dibuat atas tindakan pelanggaran tersebut, alat yang digunakan untuk tindakan pelanggaran, atau menuntut agar diambilnya tindakan lain untuk penghentian pelanggaran hak cipta tersebut. *Fan artist* yang melakukan komersialisasi *fan art* dapat dituntut ganti rugi oleh pencipta di mana dalam Pasal 114 ayat (2) *Japan Copyright Act* menjelaskan bahwa pencipta berhak menuntut kompensasi atau ganti rugi terhadap orang yang dengan sengaja atau karena kelalaian melanggar hak cipta, dan pelanggar telah memperoleh keuntungan dari tindakan pelanggaran tersebut, maka jumlah keuntungan itu dianggap sebagai jumlah kerusakan yang dialami pencipta dan merupakan jumlah tuntutan ganti ruginya. Tidak hanya berupa tuntutan ganti rugi, *fan artist* juga dapat dikenakan tuntutan pidana. Hal ini dapat dilihat di Pasal 120-2 poin (iii) *Japan Copyright Act* yang mengatur apabila seseorang melakukan tindakan pelanggaran hak cipta untuk tujuan komersial, dapat dipidana penjara untuk jangka waktu tiga tahun dan denda tiga juta yen. Sedangkan upaya hukum non-litigasi dapat dilakukan dengan mediasi sesuai dengan Pasal 105 ayat (1) *Japan Copyright Act*.

Akan tetapi, karena hak cipta bersifat delik aduan, jika pencipta tidak melakukan pelaporan dan menuntut para *fan artist*, maka *fan artist* tidak akan tidak akan dijatuhi hukuman sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang. Apabila pencipta *anime* tersebut tidak memperlmasalahakan komersialisasi *fanart*, maka hal ini tidak menjadi masalah. Seperti pada tahun 2020, pencipta *anime* One Piece, Eiichiro Oda, membuat sebuah cuitan di Twitter bahwa para *fan artist* bebas memproduksi dan menjual *sticker* LINE dengan *fanart* karakter One Piece.³⁴ Mayoritas pencipta *anime* mengabaikan "pelanggaran" tersebut dan mendukung kreativitas serta antusiasme para penggemar melalui *fanart*.³⁵ Dikutip dari wawancara dengan seorang pengacara Jepang, Kazuo Tomimoto, mengatakan bahwa

³⁴ Baseel, C. (2020). *One Piece Creator Waives Copyright for LINE Stamps, Allow Fans to Post, Profit from Fan Art*. Diambil Februari 20, 2022, Dari <https://soraneews24.com/2020/06/17/one-piece-creator-waives-copyright-for-line-stamps-allows-fans-to-post-profit-from-fan-art/>

³⁵ Schendl, E. Op.Cit, hlm. 639.

eksistensi karya-karya penggemar seperti *fanart* dapat sampai sejauh ini adalah karena pencipta, *fan artist*, serta para penggemar menyukainya. Sehingga jika tindakan komersialisasi *fan artist* tidak membuat pencipta tidak nyaman, maka *fan artist* tidak dituntut oleh pencipta.³⁶

Hasil penelitian menunjukkan kedua negara, yaitu Indonesia dan Jepang, mengelompokkan tindakan komersialisasi *fanart anime* sebagai pelanggaran hak cipta. Di mana penjelasan mengenai *fanart anime* beserta komersialisasinya belum dicantumkan secara rinci dalam UU Hak Cipta maupun *Japan Copyright Act*. Tetapi dalam *Japan Copyright Act* telah selangkah lebih jauh dalam mengatur *fanart anime* beserta komersialisasinya dibandingkan UU Hak Cipta, sebab telah diatur mengenai karya-karya derivatif, seperti dalam Pasal 28 *Japan Copyright Act*. Meskipun tindakan tersebut tergolong sebagai pelanggaran hak cipta dan *Japan Copyright Act* telah mengatur mengenai karya derivatif, hal tersebut tidak serta-merta menghentikan kegiatan komersialisasi *fanart anime*. Sehingga perlu diatur lebih rinci lagi mengenai komersialisasi *fanart anime*, di mana ditegaskan mengenai definisi *fanart* yang merupakan karya derivatif dan tidak boleh dikomersilkan, mengingat popularitas dan komunitas *anime* yang semakin berkembang. Selain itu, tindakan komersialisasi *fanart anime* terjadi juga dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat terkait hak cipta serta dapat dilakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait legalitas *fanart anime* serta kegiatan komersilnya.

KESIMPULAN

Fenomena hak cipta *anime*, penerjemahan *fan-subtitle*, pembajakan *merchandise* merupakan fenomena yang sudah sering kita dengar keberadaannya. Tanpa disadari, ternyata ada sebuah fenomena yang lebih marak terjadi dibandingkan fenomena tersebut, yaitu komersialisasi *fanart anime* yang hingga detik ini belum ada regulasi yang dibentuk untuk mengatur hal tersebut. Kepopuleran *anime* di Indonesia membuat komersialisasi *fanart* menjadi hal yang umum terjadi. Di Indonesia, perihal *fanart* beserta komersialisasi *fanart anime* memang belum ada pengaturan spesifiknya. Tetapi UU Hak Cipta berhasil mengelompokkan *fanart anime* menjadi bagian dari kekayaan intelektual yang dilindungi hak cipta. Mengenai komersialisasi *fanart anime*, mengacu pada UU Hak Cipta, tindakan tersebut terkategori sebagai pelanggaran hak cipta. Tindakan ini termasuk pelanggaran hak cipta dikarenakan tidak adanya lisensi atas *fanart anime* yang dikomersilkan oleh *fan artist*. Penyelesaian sengketa terkait komersialisasi *fanart anime* ini dapat dilakukan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

Di Jepang, komersialisasi *fanart anime* juga belum diatur secara spesifik, tetapi berhasil mengelompokkan *fanart anime* sebagai suatu karya derivatif. Instrumen hukum yang mengatur mengenai mengenai *fanart anime* adalah *Japan Copyright Act*. Mengacu pada *Japan Copyright Act*, tindakan komersialisasi *fanart anime* termasuk sebagai tindakan pelanggaran hak cipta. Dikategorikan sebagai tindakan pelanggaran hak cipta karena tidak adanya izin kepada pencipta atas komersialisasi *fanart anime* tersebut, di mana dalam *Japan Copyright Act*, pengeeksploitasian suatu karya diperbolehkan jika adanya izin dari pencipta. Penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan adalah melalui jalur litigasi, yaitu tuntutan ganti rugi atau tuntutan pidana, maupun jalur non-litigasi berupa mediasi. Perbedaan antara pengaturan komersialisasi *fanart anime* antara Indonesia dan Jepang terletak pada jumlah tuntutan ganti rugi di mana pada UU Hak Cipta tidak diatur spesifik, sedangkan pada *Japan Copyright Act* diatur bahwa untuk pelanggaran hak cipta yang memperoleh keuntungan, maka jumlah keuntungan tersebut berupa ganti rugi yang harus dibayarkan ke pencipta.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

³⁶ Suzuki, M. (2018). *Isn't The Parody Work "Doujinshi" a Copyright Infringement?*. Diambil Februari 21, 2022, Dari <https://lmedia.jp/2018/03/14/83987/>

Booth, P. (2018). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.

Artikel Jurnal

Al-Farouqi, A., Sutrisno, N., & Riswand, B. A. (2020). The Law of *Anime*: Otaku, Copyright, Fair Use, and It's Infringement in Indonesia. *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 1(1), 42-60.

Andini, K., Permata, R. R., & Ayu, M. R. (2021). Perlindungan Hak Cipta pada Penggunaan Gambar di Internet yang Dijadikan Desain pada Fitur Filter Cerita (Stories) Aplikasi Instagram Secara Tanpa Hak Untuk Tujuan Komersil. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(2), 379-388.

Bahtiar, A., Meiyuntariningsih, T., & Aristawati, A. R. (2021). Fanatisme terhadap *Anime* dan Perilaku Konsumtif. *INNER: Journal of Psychological Research*. 1(2), 70-75.

Budiarto, G. (2020). Indonesia dalam Pusaran Globalisasi dan Pengaruhnya Terhadap Krisis Moral dan Karakter. *Jurnal Pamator*, 13(1), 50-56.

Courmandias, N. (2017). The Criminalisation of Copyright Infringement in Japan and What This Tells Us about Japan and the Japanese. *Asia Pacific Law Review*, 17(2), 167-184.

Devi, N. N. J. K., & Dharmawan, N. K. S. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Video Kreatif Yang Diunggah Pada Aplikasi *TikTok* Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 9(4), 715-724.

Disemadi, H. S., & Kang, C. (2021). Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 7(1), 54-71.

Disemadi, H. S., Yusuf, R. R., & Zebua, N. W. S. (2021). Perlindungan Hak Eksklusif Atas Ciptaan Digital Painting dalam Tatanan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 41-52.

Fikri, I. (2021). Perlindungan Hak Ekonomi dalam Karya Adaptasi Berdasarkan Hukum Tentang Hak Cipta. *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 15(2), 217-235.

Hidayati, A. N., & Riyanto, E. D. (2020). The Characteristics of Fandom Reveluv as A Cyberfandom of Red Velvet on Twitter. *Diglossia: Jurnal Kajian Ilmiah Kebahasaan dan Kesustraan*, 12(2), 98-108.

Ilham, M. (2019). Legalitas Perbuatan Fan-Subtitle (Fansub) yang Menerjemahkan dan Mengunggah *Anime* Menurut Pasal 9 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 25(7), 1-8.

Krisna, M. A. Y., & Priyanto, I. M. D. Tanggung Jawab Pihak *YouTube* Terhadap Pelanggaran Video Tanpa Izin Pencipta. *Jurnal Universitas Udayana*, 7(10), 1-17.

Lopez, A. H. (2012). A New Perspective on The First Japanese Animation. *CONFIA: International Conference on Illustration & Animation*, 579-586.

- Mahartha, A. (2018). Pengalihwujudan Karya Sinematografi Menjadi Video Parodi dengan Tujuan Komersialisasi Perspektif Perlindungan Hak Cipta. *Jurnal Kertha Patrika*, 40(1), 13-23.
- Mailangkay, F. (2017). Kajian Hukum tentang Hak Moral Pencipta dan Pengguna Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Lex Privatum*, 5(4), 138-144.
- Okeda, D., & Koike, A. (2011). Working conditions of animators: The real face of the Japanese animation industry. *Creative Industries Journal*, 3(3), 261-271.
- Paramita, N. M. G. L., & Mudana, N. (2019). Perlindungan Hukum Hak Cipta Film Anime yang Diunggah oleh Komunitas Fandub Tanpa Izin Pencipta. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 7(11), 1-18.
- Pavita, P. R. (2021). Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial untuk Jual-Beli Fanwork dalam Fandom: Studi Terhadap Prosumer dalam Fandom di Twitter. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 160-172.
- Pramesti, N. N. D., & Westra, I. K. (2021). Perlindungan Karakter *Anime* Berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 10(1), 79-90.
- Putri, K. W. A. A. (2021). Tinjauan Yuridis Komersialisasi *Fanart* Idol K-pop Pada Unofficial Merchandise Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Unizar Law Review*, 4(2), 145-156.
- Razak, A., & Sinilele, A. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Musik Sebagai Suara Latar Di Konten *YouTube* Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Qadauna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Keluarga Islam*, 1(28), 469-481.
- Risky, N. F., & Bintang, S. (2019). Perlindungan Karya Derivatif Fanfiksi di Internet Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *JIM Bidang Hukum Keperdataan*, 3(1), 165-174.
- Schendl, E. (2016). Japanese *Anime* and Manga Copyright Reform. *Washington University Global Studies Law Review*, 15(4), 631-652.
- Sudirman, L., Guswandi, C. P., & Disemadi, H. S. (2021). Kajian Hukum Keterkaitan Hak Cipta dengan Penggunaan Desain Grafis Milik Orang Lain secara Gratis di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(3), 207-218.
- Yamane, T. (2020). Kepopuleran dan Penerimaan *Anime* Jepang di Indonesia. *Jurnal Ayumi*, 7(1), 68-82.

Peraturan Perundang-undangan

Japan Copyright Act

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Skripsi

Suhardi. (2017). *Perlindungan Hak Cipta terhadap Pembajakan Merchandise Anime di Indonesia*. Pontianak: Skripsi Universitas Tanjungpura.

Website

- Baseel, C. (2020). *One Piece Creator Waives Copyright for LINE Stamps, Allow Fans to Post Profit from Fan Art*. Diambil Februari 20, 2022, Dari <https://soraneews24.com/2020/06/17/one-piece-creator-waives-copyright-for-line-stamps-allows-fans-to-post-profit-from-fan-art/>,
- Rizky. (2019). "Fanart"? Apa, Sih?. Diambil Februari 2, 2022, Dari <https://bentangpustaka.com/fanart-apa-sih/>
- Suzuki, M. (2018). *Isn't The Parody Work "Doujinshi" a Copyright Infringement?*. Diambil Februari 21, 2022, Dari <https://lmedia.jp/2018/03/14/83987/>