

## **ERA DIGITAL MELAHIRKAN PERAN BARU, AGGREGATOR MUSIK DALAM MENDISTRIBUSIKAN KARYA CIPTA LAGU DAN MUSIK**

**Rinitami Njatrijani, Herni Widanarti dan Mutia Adiva Aribowo**

Fakultas Hukum Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Sudarto, Kampus UNDIP Tembalang, Semarang

njatrijani@yahoo.com

### **ABSTRAKSI**

*Di zaman yang serba digital ini, pola pada pendistribusian musik telah bergeser dari media fisik ke media digital. Pergeseran ini menimbulkan sebuah peran baru dalam pola pendistribusian musik, yaitu Agregator Musik. Agregator Musik adalah perantara antara musisi atau pencipta dengan toko musik digital maupun platform streaming musik online dalam pendistribusian karya cipta baik lagu maupun musik secara digital ke kedua platform tersebut. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji peran Agregator Musik dalam mendistribusikan karya cipta lagu dan musik secara digital. Berdasarkan kajian pustaka, penelitian ini berkesimpulan bahwa Agregator Musik memiliki peran penting dalam pola pendistribusian musik secara digital.*

**Kata kunci : Agregator Musik, Karya Cipta Lagu dan Musik, Peran.**

### **ABSTRACT**

*In this digital era, the pattern of music distribution has shifted from physical form to digital form. This changes attracts a new role in the pattern of music distribution, The Music Aggregator. Music Aggregator is a intermediary between music creators and digital music stores or platforms streaming music online in order to distribute their songs digitally, to both platforms. This paper is intended to examine the role of Music Aggregators in order to distributing songs digitally. Based on literature review, this research concludes that Music Aggregator has an important role in the pattern of digital music distribution.*

**Keywords : Music Aggregator, Songs, and Role.**

## **A. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman pada teknologi telah berdampak pada hampir seluruh aspek kehidupan termasuk pada industri musik. Salah satu yang berdampak dalam perkembangan ini yakni pada aspek pendistribusian musik. Pendistribusian musik berawal dari media fisik seperti melalui vinyl, kaset tape dan CD yang kemudian bergeser ke media digital.

Di Indonesia, penjualan rekaman fisik mencapai periode keemasan pada era 1900-an. Menurut data dari Asosiasi Industri Rekaman Indonesia (ASIRI), pada tahun 1996 penjualan rekaman fisik di Indonesia mencapai 77,55 juta unit. Pada masa itu, gerai musik berjamuran muncul di Indonesia akibat dari permintaan masyarakat terhadap rekaman album fisik yang begitu besar. Namun tren penjualan rekaman fisik global yang terus menurun ternyata turut mempengaruhi industri musik Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari

menurunnya data penjualan rekaman fisik dalam kurun waktu 2011-2013 yang mengerucut hingga di kisaran 5 juta keping di Indonesia. (Hutapea, 2016)

Sebelum era digital datang, banyak musisi menggantungkan hidup dari penghasilan royalti. Besaran royalti ini bermacam-macam. Jumlah royalti yang diterima musisi jelas tergantung pada penjualan album. Karena itu, banyak musisi, terutama dari label besar yang marah karena pendapatannya tergerus oleh pembajakan. Pembajakan terhadap karya orisinal pun marak terjadi. Pola konsumsi masyarakat cenderung mengarah untuk melakukan pengunduhan musik secara ilegal, seperti pada CD bajakan yang marak ditemukan, dan tidak hanya itu saja sewaktu penggunaan beralih pada media internet, pembajakan terhadap karya orisinal pun juga banyak beredar. Apalagi sekarang di era digital, penjualan album fisik juga semakin terus menurun.

Pergeseran dari media fisik ke media digital disebabkan oleh modernisasi pada segala aspek kehidupan yang menimbulkan dampak pada budaya masyarakat yang cenderung lebih memilih kemudahan akses dalam hal apapun. Pengembangan pada teknologi yang tidak ada habisnya pun turut menjadi salah satu alasan pergeseran ini.

Media digital dalam industri musik dapat berupa toko musik digital dan *platform streaming* musik *online* seperti Spotify, Apple Music, Joox dan lain sebagainya. Proses pendistribusian pada *platform-platform* tersebut sebenarnya belum dapat leluasa mengaksesnya, hanya beberapa pihak saja yang bisa seperti *major label* yang biasanya sudah memiliki akses tersendiri kepada *platform-platform* tersebut, sedangkan yang tidak memilikinya membutuhkan seorang perantara untuk mengaksesnya, atau yang biasa disebut sebagai Agregator Musik.

Singkatnya, Agregator Musik adalah fasilitator bagi musisi untuk menjual musik mereka secara *online* dengan cakupan yang luas, bahkan hingga

ke tingkat internasional. Agregator Musik akan fokus pada urusan distribusi karya dan terhubung dengan berbagai toko musik *online* di seluruh dunia. Namun, distribusi di sini tidak hanya soal bagaimana menjual lagu lewat toko musik digital saja, tetapi bagaimana mengemas artis dan karyanya secara utuh. Agregator Musik juga akan terhubung dengan berbagai media sosial, website artis, hingga aplikasi *smartphone*. Selain itu, Agregator Musik dianggap mampu mewadahi karya-karya musisi baru atau musisi independen yang seringkali mengalami kesulitan luar biasa untuk memperkenalkan karyanya. (Wardhana, 2014)

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, muncul beberapa masalah yang akan dibahas lebih dalam pada jurnal ini, yaitu:

1. Bagaimana peran Agregator Musik di Era Digital?
2. Bagaimana peran lembaga manajemen kolektif sebelum dan sesudah era digital dalam pendistribusian karya cipta lagu dan musik secara digital?

## 3. Metode Penelitian

Penulis dalam penulisan ini menggunakan metode pendekatan penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang bersandar pada bahan pustaka atau sekunder (Soekanto, 2004). Metode analisis dilakukan dengan menghimpun data melalui penelaahan bahan kepustakaan atau data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, baik berupa dokumen-dokumen maupun peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## 4. Kerangka Teori

Musik secara umum merupakan suara yang disusun demikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan terutama dari suara yang dihasilkan dari alat-alat yang dapat menghasilkan irama. Lagu dan musik

adalah sebuah fenomena yang sangat unik yang bisa dihasilkan oleh beberapa alat musik. Ada banyak fungsi lagu dan musik seperti untuk hiburan, untuk ekspresi diri, untuk alasan ekonomi dan bisnis, untuk upacara dan ritual, untuk menenangkan hati, untuk mediasi dan lain sebagainya. (Zakky, 2020)

Pada dasarnya lagu dan musik diatur dalam Pasal 40 huruf d Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta sebagai landasan terhadap Hak Cipta untuk lagu dan musik ini. Menurut penjelasan Pasal 40 huruf d Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, lagu dan/atau musik baik dengan atau tanpa teks dipandang sebagai satu kesatuan karya cipta yang bersifat utuh. Dalam Pasal 58 ayat (1) huruf d Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta menerangkan bahwa Hak Cipta untuk lagu dan musik dengan atau tanpa teks berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari pada tahun berikutnya.

Singkatnya, Agregator Musik adalah fasilitator bagi musisi untuk menjual musik mereka secara *online* dengan cakupan yang luas, bahkan hingga ke tingkat internasional. Agregator Musik akan fokus pada urusan distribusi karya dan terhubung dengan berbagai toko musik *online* di seluruh dunia. (Wardhana, 2014)

## B. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Peran Agregator Musik di Era Digital

Proses penciptaan sebuah lagu maupun musik tentunya melibatkan beberapa peran seperti pencipta lagu, produser rekaman, dan penyanyi. Peran-peran tersebut dapat diperankan hanya dengan satu orang saja namun bisa melibatkan beberapa pihak. Singkatnya, proses ini diawali dengan diciptakannya lagu maupun musik oleh pencipta, dalam hal ini pun bisa terbagi menjadi beberapa peran yakni pencipta irama atau musiknya

dan ada pencipta lirik, tetap saja kedua peran tersebut dipandang sebagai satu kesatuan yakni pencipta lagu/musik. Kemudian setelah lagu tercipta, lagu direkam yang akan ditampilkan oleh seorang penyanyi dan dipandu oleh seorang produser.

Sebelum era digital, seorang musisi dalam menciptakan sebuah karya ke dalam bentuk sebuah lagu maupun musik yang siap rilis membutuhkan sebuah label rekaman.

Label rekaman seperti yang banyak orang ketahui, terbagi menjadi dua jenis, yaitu *Major Label* dan *Independent Label* atau sering dikenal sebagai *Indie Label*.

*Major Label* juga biasa disebut sebagai industri musik rekaman yang *mainstream*. Menurut Wenz, yang dimaksud *mainstream* adalah arus utama, tempat band-band yang bernaung di bawah label besar, sebuah industri yang mapan. Band-band tersebut dipasarkan secara meluas yang *coverage* promosinya juga secara luas, nasional maupun internasional, dan mereka mendominasi promosi di seluruh media massa, mulai dari media cetak, media elektronik hingga multimedia dan mereka terekspos dengan baik (Resmadi, 2017). Maka dari itu terlihat bahwa *Major Label* ini merupakan sebuah perusahaan rekaman yang mana hasil produksi mereka mampu mendominasi industri musik di dunia termasuk Indonesia.

Wendi Putranto mengatakan bahwa sebagai investor maka kontrol label (*Major Label*) atas karya musik yang diciptakan artis akan semakin besar. Dalam artian, suka atau tidak suka, artis harus tunduk kepada keinginan dan arahan label jika karier mereka ingin berkembang dan mendapat prioritas utama. (Putranto, 2009)

Pengertian independen dalam musik berbanding terbalik dengan *mainstream* yang dapat dikatakan sebagai arus utama, tempat musisi-musisi bernaung di bawah label besar, sebuah industri mapan. Karya musisi tersebut dipasarkan secara meluas yang *coverage* promosinya

juga secara meluas nasional maupun internasional, dan mereka mendominasi promosi di seluruh media massa dari media cetak, media elektronik hingga multimedia. Hal ini tentunya terjadi karena *Major Label* menempatkan dirinya sebagai perusahaan yang menaruh investasi besar kepada hasil karya musisi, sehingga yang diincar adalah profit. (Putranto, 2009)

Perkembangan teknologi dan informasi membuat proses produksi dalam industri musik *Major Label* maupun *Indie Label* sepadan. Teknologi yang serba digital mempermudah musisi memproduksi karyanya dengan modal yang terbilang murah, karena tidak perlu menggunakan cara lama seperti pada era analog (era piringan hitam) yang dalam produksinya sangat perlu modal besar. Kini proses produksi musik secara independen bahkan dapat dengan mudah dilakukan di rumah musisi itu sendiri. (Lestari, 2019)

Berdasarkan artikel dari *Kompas.com* yang bekerja sama dengan web infografik Ziliun tertulis bahwa, memang sebagian musisi menggunakan jalur independen karena memang tidak atau belum punya akses ke media *mainstream*, tapi sebagian lainnya memang memilih independen karena mereka tidak mau diatur pasar dan korporat besar yang hanya ingin berjualan dan mendapat untung. Mereka tidak mau diatur dan disuruh membuat lagu dan musik yang mereka tidak suka hanya karena ada target penjualan. Ada banyak sekali musisi Indonesia yang bagus dan memilih untuk berkarya di jalur independen. Tapi itu sama sekali tidak membuat prestasi mereka tidak terlihat. Justru mereka banyak diapresiasi oleh komunitas musik, baik di dalam sampai di luar negeri. (Hidayat, 2014)

Era digital mulai merambah pada industri musik yang merubah alur pendistribusian musik. Awal mulanya, musik dinikmati secara kaset tape atau CD yang dapat dibeli pada toko-toko musik. banyak musisi menggantungkan hidup dari

penghasilan royalti. Jumlah royalti yang diterima musisi jelas tergantung pada penjualan album. Karena itu, banyak musisi, terutama dari label besar yang marah karena pendapatannya tergerus oleh pembajakan. Pembajakan terhadap karya orisinal pun marak terjadi. Pola konsumsi masyarakat cenderung mengarah untuk melakukan pengunduhan musik secara ilegal, seperti pada CD bajakan yang marak ditemukan, dan tidak hanya itu saja sewaktu penggunaan beralih pada media internet, pembajakan terhadap karya orisinal pun juga banyak beredar. Apalagi sekarang di era digital, penjualan album fisik juga semakin terus menurun.

Dalam prakteknya, toko musik digital atau *platform streaming* musik *online* seperti iTunes, Apple Music, Spotify, Joox dan lain sebagainya cenderung susah untuk dijangkau bahkan bagi musisi yang dinaungi label rekaman besar (*Major Label*) maupun musisi independen, dikarenakan toko musik digital yang jangkauannya luas hingga seluruh dunia tidak memungkinkan baginya untuk melakukan hubungan hukum dengan masing-masing musisi yang ingin memasukkan karya cipta musiknya ke dalam toko musik digital tersebut, sehingga Aggregator Musik dapat menjadi perantara atau distributor bagi kedua belah pihak tersebut untuk melakukan sebuah kerja sama.

Pada dasarnya Aggregator Musik dalam menyediakan jasa, karena ia merupakan sebuah badan usaha maupun perseorangan yang tidak bersifat nirlaba, sehingga dalam menjalankan jasanya ia tetap membutuhkan timbal balik berupa keuntungan materiil melalui penarikan biaya atau penerapan tarif atas jasa yang diberikannya. Aggregator Musik secara garis besar mempunyai peran sebagai pelaku usaha, dan musisi menjadi pengguna usaha atau dapat dikatakan sebagai konsumen.

Tugas Aggregator Musik tidak hanya menjadi perantara untuk mendistribusikan sebuah karya cipta ke

toko musik digital, namun ada beberapa tugas dibalik peran tersebut, yaitu: (Galuszka, 2015)

1. Memantau status akan hak-hak pencipta dan/atau pemegang hak cipta;
2. Merubah bentuk fisik dari pencipta atau musisi ke bentuk digital;
3. Merubah dari bentuk digital, ke format digital yang dihendaki beberapa toko musik digital [seperti *iTunes* menggunakan *Advanced Audio Coding* (AAC)];
4. Mengantarkan *marketing materials* pada toko musik digital.

Tidak dapat dipungkiri era digital, sadar maupun tidak, memaksa kita untuk menghadapinya siap maupun tidak. Untuk itu, sebagai manusia kita perlu menjadi dinamis terhadap perubahan zaman. Agregator Musik merupakan bagian dari bentuk adaptasi akan perubahan ini, namun dalam tindak lakunya ia masih belum mempunyai batasan kewenangan, maka dapat memunculkan kekhawatiran jika agregator melakukan sebuah kelalaian, berdasarkan hal tersebut perlu tinjauan lebih lanjut mengenai bagaimana batasan tanggung jawab suatu Agregator Musik dalam pelaksanaan jasanya dalam distribusi musik secara digital.

Tugas dan wewenang Agregator Musik secara garis besar ialah pendistribusian sebuah lagu dan musik, untuk melakukan itu agregator tentunya membutuhkan sebuah landasan dengan pemilik lagu dan musik yakni dengan sebuah perjanjian.

Menurut Sudikto Mertokusumo, pada dasarnya perjanjian adalah proses interaksi atau hubungan hukum dari dua perbuatan hukum yang saling berhadapan yaitu penawaran oleh pihak penawar dan penerimaan oleh pihak penerima. Di antara pihak penawar dan pihak penerima tersebut harus tercapai kesepakatan untuk menentukan isi perjanjian yang akan mengikat kedua belah pihak. (Mertokusumo, 1983)

Bentuk perjanjian antara Agregator Musik dengan pencipta

maupun pemegang hak cipta biasanya berbentuk perjanjian yang sudah disiapkan oleh sang agregator lalu pencipta maupun pemegang hak cipta hanya tinggal menandatangani atau bisa disebut dengan perjanjian baku yang berasaskan *take it or leave it*. Dengan kata lain, maka timbul pernyataan '*take it or leave it*' jika kamu tidak setuju dengan isi di dalam kontrak yang telah dibuat oleh pihak penawar, maka mundur saja dari perjanjian ini. Perjanjian baku inilah yang diterapkan dalam hubungan hukum antara Agregator Musik dengan pencipta maupun pemegang hak cipta, baik oleh *Major Label* maupun musisi independen dalam naungan *Indie Label*.

Klausula baku telah diatur pada Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menyebutkan bahwa tujuan dari larangan pencantuman klausula baku yaitu larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan penerima setara dengan pihak penawar berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak yang diatur pada Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP). Pasal 18 ayat (1) UUPK mengatur secara rinci klausula-klausula baku apa saja yang dilarang dicantumkan dalam sebuah perjanjian sehingga jika klausula tersebut ditemukan dalam sebuah perjanjian maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan oleh pihak penerima.

Memang, berlakunya perjanjian baku yang menerapkan asas *take it or leave it* cenderung memberi kesenjangan posisi antara pihak penawar dan penerima, maka dari itu sebagai penerima harus lebih cerdas dalam hal meneliti imbangnya hak dan kewajiban antar kedua belah pihak sebelum menyetujui sebuah perjanjian.

Timbulnya perjanjian antara Agregator Musik dengan pencipta maupun pemegang hak cipta mengakibatkan pemberian kuasa atas karya cipta yang dibuat oleh pencipta kepada agregator untuk bertindak pada karya cipta tersebut atas dirinya (pencipta) dalam

melakukan kegiatan pendistribusian secara digital ini.

Pemberian kuasa menurut Pasal 1792 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa pemberian kuasa ialah suatu persetujuan yang berisikan pemberian kekuasaan kepada orang lain yang menerimanya untuk melaksanakan sesuatu atas nama orang yang memberikan kuasa.

Batasan tanggung jawab suatu Agregator Musik masih sebatas sesuai dengan perjanjian yang dibuat antara agregator dengan pencipta maupun pemegang hak cipta, karena peraturan perundang-undangan belum mengatur. Baik kepada pencipta dan agregator bertindak untuk melaksanakan kewajiban agar hak masing-masing pihak terpenuhi. Jika salah satu lalai dalam pemenuhan hak dan melaksanakan kewajiban, besar kemungkinan untuk terjadi sebuah sengketa.

Selain itu, jika terjadi sengketa dapat melakukan penyelesaian berdasarkan peran Agregator Musik sebagai pelaku usaha dan pencipta maupun pemegang hak cipta sebagai konsumen, dilandaskan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya telah memberikan kesetaraan kedudukan antara konsumen dengan pelaku usaha, tetapi konsep perlindungan konsumen sebagai suatu kebutuhan harus senantiasa disosialisasikan untuk mencapai prinsip kesetaraan yang berkeadilan dan untuk mengimbangi kegiatan pelaku usaha yang menjalankan prinsip ekonomi untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin yang dapat merugikan kepentingan konsumen. (Rusli, 2012)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen membagi penyelesaian sengketa menjadi dua bagian, yaitu:

1. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan
  - a. Penyelesaian sengketa secara damai, oleh para pihak sendiri yaitu konsumen dan pelaku usaha/produsen;
  - b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan menggunakan mekanisme *alternative dispute resolution*, yaitu konsiliasi, mediasi dan arbitrase.

2. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian, atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Pola penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dikehendaki Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan pilihan yang tepat karena jalan keluar yang dirumuskan berisikan penyelesaian yang memuaskan pihak yang sedang bersengketa. (Rusli, 2012)

### **3. Perbandingan Peran Lembaga Manajemen Kolektif Sebelum dan Sesudah Era Digital dalam Pendistribusian Karya Cipta Lagu dan Musik Secara Digital**

Dalam hak cipta, terdapat berbagai hak-hak eksklusif di dalamnya seperti hak ekonomi, hak moral dan hak terkait. Sejatinya, hak moral melekat dan tidak dapat dialihkan pada pencipta selama masih hidup, tetapi pada pelaksanaannya hak moral dapat dialihkan dengan wasiat atau sebab lain dengan ketentuan yang telah diatur undang-undang setelah pencipta meninggal dunia. Berbeda dengan hak moral, hak ekonomi dan hak terkait dapat dialihkan. Peralihan hak tersebut dapat terjadi karena pencipta melibatkan pihak lain dalam proses ciptaan sampai ke pendengar/konsumen, hal ini tentunya

menciptakan sebuah hubungan hukum baru. Pencipta atau Pemegang Hak Cipta memiliki keterbatasan untuk menjadikan ciptaannya menjadi uang. Pencipta membutuhkan peran pihak lain dan untuk itu Pencipta akan mengalihkan semua atau sebagian hak-hak ekonominya kepada pihak lain. (Ananda, 2018).

Hak ekonomi merupakan hak eksklusif Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan. Pencipta atau Pemegang Hak Cipta memiliki hak ekonomi untuk melakukan:

- a. Penerbitan ciptaan;
- b. Penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya;
- c. Penerjemahan ciptaan;
- d. Pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan;
- e. Pendistribusian ciptaan atau salinannya;
- f. Pertunjukan ciptaan;
- g. Pengumuman ciptaan;
- h. Komunikasi ciptaan; dan
- i. Penyewaan ciptaan. (Sudjana, 2019)

Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta. Setiap orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau penggunaan secara komersial ciptaan. (Sudjana, 2019)

Adanya hak khusus dalam hak cipta yaitu diantaranya hak untuk mengumumkan dan memperbanyak ciptaan lagu, seperti tertera dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Hal ini para pencipta lagu mempunyai diantaranya dua macam hak atas lagu ciptaannya tersebut yaitu:

- a. Hak mengumumkan

Hak ini meliputi penyiaran, penyuaran dan pertunjukan agar dapat didengar dan disaksikan oleh orang lain. Hal ini seringkali disebutkan sebagai hak untuk pertunjukan (*performing right*)

- b. Hak memperbanyak

Hak ini merupakan hak pengadaan dengan jalan merekam dalam bentuk *cassette*, piringan hitam, *compact disk*, buku-buku, film. Hal ini lazim disebut dengan istilah *mechanical right*. (Dimiyati, 2018)

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta mengatur mengenai Lembaga Manajemen Kolektif. Menurut undang-undang ini, Lembaga Manajemen Kolektif berwenang memungut dan mendistribusikan royalti. Pasal yang mengatur mengenai Lembaga ini adalah Pasal 1 angka 22 UU Hak Cipta yang menyatakan bahwa Lembaga Manajemen Kolektif adalah institusi yang berbentuk badan hukum nirlaba yang diberi kuasa oleh Pencipta, Pemegang Hak Cipta, dan/atau pemilik Hak Terkait guna mengelola hak ekonominya dalam bentuk menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta pun mengatur Lembaga Manajemen Kolektif ini secara tersendiri dalam Bab XII dari Pasal 87 sampai Pasal 93 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Singkatnya, Lembaga Manajemen Kolektif adalah badan hukum yang bersifat nirlaba yang berwenang menarik imbalan dari pengguna yang memanfaatkan Hak Cipta dan Hak Terkait dalam bentuk layanan publik yang bersifat komersial, pengguna tersebut membayarkan sebuah royalti kepada Pemegang Hak Cipta atau Pemilik Hak Terkait melalui Lembaga Manajemen Kolektif ini (Pasal 87 ayat (1) dan (2)). Setelah dihimpun, Lembaga ini wajib menyalurkan atau mendistribusikan kepada Pemegang Hak Cipta atau Pemilik Hak Terkait.

Lembaga Manajemen Kolektif (LMK) pertama kali dikenal di Indonesia dengan berdirinya Karya Cipta Indonesia (KCI), dengan tujuan untuk membantu musisi-musisi dalam menegakan hak mengumumkan dan hak menggandakan

dengan cara melakukan pemungutan royalti. (KCI, n.d.)

Menurut Pasal 87 ayat (1) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, seorang pencipta, pemegang hak cipta dan pemilik hak terkait agar menjadi anggota LMK untuk dapat menarik imbalan yang wajar dari pengguna yang memanfaatkan hak cipta dan hak terkait dalam bentuk layanan publik yang bersifat komersial. Dan dalam pelaksanaan berdasarkan Pasal 88 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, LMK harus memiliki izin operasional yang diterbitkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham). Bagi LMK yang tidak berizin, kepadanya dilarang untuk menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh LMK untuk mendapatkan izin operasional, yakni:

1. Berbentuk badan hukum Indonesia yang bersifat nirlaba;
2. Mendapat kuasa dari pencipta, pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait untuk menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti;
3. Memiliki pemberi kuasa sebagai anggota paling sedikit 200 (dua ratus) orang pencipta untuk LMK bidang lagu dan/atau musik yang mewakili kepentingan pencipta dan paling sedikit 50 (lima puluh) orang untuk LMK yang mewakili pemilik hak terkait dan/atau objek hak cipta lainnya;
4. Bertujuan untuk menarik, menghimpun, dan mendistribusikan royalti;
5. Mampu menarik, menghimpun, dan mendistribusikan royalti kepada pencipta, pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait.

Karena setiap orang mampu membentuk LMK maka pemerintah membentuk Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) untuk mengintegrasikan dan mengelola LMK-LMK yang ada di Indonesia.

Peraturan mengenai LMK tidak berhenti pada UU Hak Cipta saja, peraturan lain diterbitkan oleh Kemenkumham yakni Permenkumham No. 29 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Permohonan dan Penerbitan Izin Operasional serta Evaluasi Lembaga Manajemen Kolektif. Pasal 6 Permenkumham No. 29 Tahun 2014 mengatur mengenai tugas LMKN, yaitu:

1. Menyusun kode etik LMK di bidang lagu dan/atau musik;
2. Melakukan pengawasan terhadap LMK di bidang lagu dan/atau musik;
3. Memberikan rekomendasi kepada Menteri untuk menjatuhkan sanksi atas pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh pengurus LMK;
4. Memberikan rekomendasi kepada Menteri terkait dengan perizinan LMK di bidang lagu dan/atau musik yang berada di bawah koordinasinya;
5. Menetapkan sistem dan tata cara penghitungan pembayaran royalti oleh pengguna kepada LMK;
6. Menetapkan tata cara pendistribusian royalti dan besaran royalti untuk pencipta, pemegang hak cipta dan pemilik hak terkait;
7. Melakukan mediasi atas sengketa hak cipta dan hak terkait;
8. Memberikan laporan kinerja dan laporan keuangan kepada Menteri.

Dalam berita di hukumonline.com, Menteri Hukum dan HAM Yasona mengatakan bahwa hampir semua negara telah memiliki mekanisme pemberian royalti permusikan melalui media sosial dan aplikasi yang telah diatur dengan jelas. Sementara, Indonesia masih memakai Undang-Undang No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta yang belum menyebutkan secara spesifik pengaturan *platform* digital. Saat ini telah ada wacana pembentukan regulasi penarikan royalti melalui media sosial dan aplikasi, serta dari luar negeri. Hal ini mendesak untuk dilakukan mengingat potensi royalti musik Indonesia yang berada di luar negeri mencapai Rp 3



triliun. Saat ini, dana tersebut tidak dapat ditarik oleh Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) dikarenakan belum adanya *database* musik yang lengkap. (Heriani, 2019)

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. 36 Tahun 2018 tentang Tata Cara Permohonan dan Penerbitan Izin Operasional serta Evaluasi Lembaga Manajemen Kolektif Pasal 1 menjelaskan bahwa Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) adalah lembaga bantu pemerintah *non* APBN yang mendapatkan kewenangan atribusi dari Undang-Undang Hak Cipta untuk menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti serta mengelola kepentingan hak ekonomi Pencipta dan Pemilik Hak Terkait di bidang lagu dan/atau musik. Dari penjelasan tersebut jelas bahwa yang berhak menarik royalti adalah LMKN. (Ginting, 2019)

Sebelum peraturan ini diterbitkan, penarikan royalti dan pendistribusian royalti pada lagu dan/atau musik yang digunakan untuk kepentingan bisnis dilakukan oleh Lembaga Manajemen Kolektif (LMK). Dikutip dari laman Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, pada pelaksanaan Deklarasi Bali, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) Bersama Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) dan 8 (delapan) Lembaga Manajemen Kolektif (LMK) seperti KCI, WAMI, RAI, SELMI, PAPPRI, ARDI, ARMINDO, dan SMI menyepakati pemungutan royalti musik sistem satu pintu. (Ginting, 2019)

Melalui Deklarasi Bali ini, disepakati bahwa LMKN menjadi satu-satunya badan yang memiliki kewenangan untuk menarik, menghimpun, dan mendistribusikan royalti dari pengguna yang bersifat komersial. Penarikan royalti sistem satu pintu ini merupakan langkah awal perwujudan pengelolaan royalti musik yang profesional, transparan, adil, dan efisien. Dengan adanya kesepakatan

ini maka perlunya LMKN mencari strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penarikan, penghimpunan, dan pendistribusian royalti agar dapat memastikan hak Pencipta, Pemegang Hak Cipta dan Hak Terkait terpenuhi. (Ginting, 2019)

Sejak tahun 2014 melalui UU Hak Cipta dan Permenkumham No. 29 Tahun 2014 membuktikan bahwa kedudukan LMK memang diakui hukum, dan posisi Agregator Musik dalam hukum dan perundang-undangan Indonesia cenderung masih lemah. Walau secara garis besar antar keduanya memiliki tugas yang hampir sama yaitu diberikan kuasa oleh pencipta untuk melakukan kegiatan menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti dari penggunaan karya cipta lagu dan musik terhadap penjualan dan pengedaran karya cipta lagu tersebut.

Ada beberapa hal yang dapat menjadi sebuah alasan Agregator Musik tidak dapat dikatakan sebagai LMK, karena pada dasarnya yang dilaksanakan oleh Agregator Musik lebih daripada tiga tugas dasar LMK yaitu menarik, menghimpun dan mendistribusikan royalti. Agregator Musik berwenang untuk menyebarluaskan, mengumumkan, dan menggandakan karya cipta tersebut yang kemudian menghimpun serta mengelola royalti atas karya cipta lagu dan musik yang dipertanggungjawabkan kepadanya untuk didistribusikan ke *platform-platform streaming* musik *online* maupun toko musik digital. Karena masih belum diatur dalam undang-undang, maka Agregator Musik dapat menawarkan jasa secara luas kepada pencipta dan bertindak bebas atas kehendak dirinya. Karena pada dasarnya, Agregator Musik merupakan sebuah badan maupun perseorangan yang mencari profit atas jasa yang ia lakukan, berbeda dengan LMK sebuah badan nirlaba di bawah naungan Negara yang melaksanakan tugas sesuai dengan undang-undang, bertanggung jawab terhadap LMKN dan Kemenkumham.

Walau terdapat kemiripan, Agregator Musik tidak dapat dikatakan sebagai LMK maupun sama dengannya, karena beberapa hal yang telah dijelaskan di atas. Untuk solusi di era digital ini, tentu memperbarui peraturan perundang-undangan sekarang agar sesuai dengan kondisi zaman ini, atau seorang Agregator Musik dapat bertindak sesuai peraturan yang telah dibuat seputar LMK untuk bertindak seperti halnya, karena UU Hak Cipta maupun Permenkumham No. 29 Tahun 2014 membuka kemungkinan untuk siapa saja membentuk suatu LMK dengan memenuhi syarat-syarat tertentu. Pilihan lainnya adalah Agregator Musik menerapkan asas-asas perjanjian dengan itikad baik dan memenuhi syarat-syarat sah perjanjian hingga timbul pemenuhan hak yang baik dan utuh untuk pencipta, dan

landasan kewajiban dan wewenang yang jelas oleh Agregator Musik untuk melaksanakan fungsinya sebagai distributor musik ke ranah digital, sehingga dapat meminimalisir terjadinya kelalaian dalam melaksanakan kewajiban maupun perusakan hak.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk menghindari terjadinya sebuah permasalahan baik terhadap pencipta maupun Agregator Musik adalah memperketat sistem registrasi lagu dalam pendistribusian musik oleh agregator agar meminimalisir terjadinya pembajakan, adanya aturan yang jelas mengenai izin operasional suatu Agregator Musik, dan yang terakhir adanya aturan mengenai batasan atas kewenangan serta tugas suatu Agregator Musik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hutapea, B. (2016, Maret 12). *25 Tahun Musik Indonesia, dari Era Kaset ke Layanan "Streaming"*. Diambil kembali dari Tabloid Bintang: <http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/ulasan/34731-25-tahun-musik-indonesia-dari-era-kaset-ke-layanan-streaming>
- Soekanto, S. (2004). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zakky. (2020, Februari 26). *Pengertian Musik Menurut Para Ahli & Definisi Seni Musik Secara Umum*. Retrieved from Zona Referensi: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-musik/>
- Wardhana, Y. W. (2014, Maret 13). *Agregator Musik, Distribusi Era Digital*. Retrieved from CompusicianNews.com: <https://compusiciannews.com/Aggregator-Musik-Distribusi-Era-Digital-1007/>
- Resmadi, I. (2017). *Music Records Indie Label: Cara Membuat Album Independen!* Bandung: Dar! Mizan.
- Putranto, W. (2009). *RollingStone Music Biz*. Yogyakarta: Penerbit B-First (PT. Bentang Pustaka).
- Lestari, N. D. (2019). Proses Produksi Dalam Industri Musik Independen Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi, London School of Public Relations, Vol. 10, No. 2*, 165.

- Hidayat, W. (2014, Agustus 7). *Didukung Teknologi, Musisi Indie Indonesia Berprestasi*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2014/08/07/10100087/Didukung.Teknologi.Musisi.Indie.Indonesia.Berprestasi>
- Galuszka, P. (2015). *Music Aggregator Musiks and Intermediation of The Digital Music Market*. Polandia: University of Lodz.
- KCI, K. C. (n.d.). *Sejarah KCI*. Retrieved from <http://kci-lmk.or.id/>
- Ananda, S. (2018). *Peran lembaga Manajemen Kolektif Dalam Mengelola Royalti Pencipta Terkait Usaha Karaoke*.
- Sudjana. (2019). *Pembatasan Perlindungan Kekayaan Intelektual Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia* (Vol. 10). Bandung: Fakultas Hukum Universitas Padjajaran.
- Dimiyati, A. (2018). *Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Hak Cipta Dalam Penggunaan Karya Cipta Musik dan Lagu Karaoke*. Cirebon: Fakultas Hukum Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Heriani, F. N. (2019, Februari 6). *Aplikasi Penyedia Musik Sejenis JOOC, iTunes Siap-Siap Kena Royalti*. Retrieved from [hukumonline.com](http://hukumonline.com): <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5c5abae4ca28f/aplikasi-penyedia-musik-sejenis-joox--itunes-siap-siap-kena-royalti/>
- Ginting, A. R. (2019). *Peran Lembaga Manajemen Kolektif Nasional dalam Perkembangan Aplikasi Musik Streaming*. Jakarta: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan Hak Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.
- Mertokusumo, S. (1983). *Sejarah Peradilan dan Perundang-Undangannya di Indonesia Sejak 1942, Cetakan II*. Yogyakarta: Liberty.
- Rusli, T. (2012). *Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dan Pelaku Usaha Menurut Peraturan Perundang-Undangan* (Vol. 3). Keadilan Progresif.