



Perlindungan Hak Cipta atas Karya Fotografi dalam Promosi Destinasi Wisata Jakarta di Media Sosial

Dyah Arrum Ibna Suwita¹, Elisiyah Rahmah², Evi Fauziah Muda³

Program Studi S1 Pariwisata-Institut Pariwisata Trisakti^{1,2,3}

*Email: dyaharrum14@gmail.com, elisiyah7@gmail.com, efauziah7@gmail.com

Diterima: 26-10-1025 | Disetujui: 06-11-2025 | Diterbitkan: 08-11-2025

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the widespread use of photography to promote tourist destinations on social media. However, the ease of access and dissemination of visual content often leads to copyright infringement on photographers. This study aims to analyze the legal protection of photographic works in the context of tourist destination promotion in Jakarta, as well as to identify challenges and solutions. The method used is a normative-juridical approach, analyzing relevant laws and regulations, such as Law Number 28 of 2014 concerning Copyright, as well as a case study of the use of tourist destination photos on social media by government agencies and tourism industry players. The results indicate that, normatively, photographic works are protected as creations with economic and moral value to their creators. However, the implementation of protection in the digital realm remains weak due to a lack of legal awareness, the difficulty of proving violations, and weak oversight of content on social media. Protection efforts can be strengthened through increased digital legal literacy, the implementation of open licenses (creative commons), and collaboration between the government, photographers, and tourist destination managers.

Keywords: Copyright, Photographic Works, Tourism Promotion, Social Media, Jakarta.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pemanfaatan karya fotografi secara masif dalam promosi destinasi wisata di media sosial. Namun, kemudahan akses dan penyebaran konten visual seringkali menimbulkan pelanggaran terhadap hak cipta fotografer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap karya fotografi dalam konteks promosi destinasi wisata di Jakarta, serta untuk mengidentifikasi tantangan dan upaya penyelesaiannya. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan analisis terhadap peraturan perundang-undangan terkait, seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, serta studi kasus penggunaan foto destinasi wisata di media sosial oleh instansi pemerintah dan pelaku industri pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara normatif, karya fotografi dilindungi sebagai ciptaan yang memiliki nilai ekonomi dan moral bagi penciptanya. Namun, implementasi perlindungan di ranah digital masih lemah karena kurangnya kesadaran hukum, sulitnya pembuktian pelanggaran, dan lemahnya pengawasan konten di media sosial. Upaya perlindungan dapat diperkuat melalui peningkatan literasi hukum digital, penerapan lisensi terbuka (creative commons), serta kerja sama antara pemerintah, fotografer, dan pengelola destinasi wisata.

Kata kunci: Hak Cipta, Karya Fotografi, Promosi Wisata, Media Sosial, Jakarta

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Dyah Arrum Ibna Suwita, Elisiyah Rahmah, & Evi Fauziah Muda. (2025). Perlindungan Hak Cipta atas Karya Fotografi dalam Promosi Destinasi Wisata Jakarta di Media Sosial. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(4), 2149-2157. <https://doi.org/10.63822/ncw0k472>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial dalam dua dekade terakhir telah merevolusi cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan memasarkan produk maupun jasa. Dalam konteks pariwisata, media sosial telah menjadi sarana promosi yang sangat efektif dan efisien dalam membangun citra destinasi wisata. Melalui konten visual berupa foto dan video, destinasi dapat dikenalkan dengan cepat dan menarik kepada khalayak luas tanpa batas geografis.

Khususnya di Jakarta, sebagai ibu kota negara dan pusat kegiatan ekonomi, media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube telah dimanfaatkan secara intensif oleh pemerintah daerah, biro perjalanan, influencer, hingga masyarakat umum untuk mempromosikan keindahan kota dan potensi wisatanya. Akun resmi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta misalnya, aktif membagikan foto-foto destinasi seperti Kota Tua, Setu Babakan, Taman Ismail Marzuki, hingga kawasan modern Sudirman-Thamrin sebagai bagian dari upaya meningkatkan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara.

Namun di sisi lain, kemudahan berbagi konten di media sosial memunculkan persoalan serius mengenai pelanggaran hak cipta, terutama terhadap karya fotografi. Tidak jarang foto-foto karya fotografer profesional maupun individu diambil, dipotong, atau diunggah ulang oleh pihak lain tanpa izin atau tanpa mencantumkan nama penciptanya. Praktik ini dianggap lazim oleh sebagian besar pengguna media sosial, padahal secara hukum tindakan tersebut melanggar hak moral dan hak ekonomi pencipta sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Fenomena pelanggaran hak cipta di bidang fotografi menjadi semakin kompleks karena sulitnya pembuktian kepemilikan dalam ranah digital. Foto yang sudah tersebar di internet dapat dengan mudah diunduh, diubah, dan disebar kembali tanpa jejak asal-usul yang jelas. Banyak fotografer merasa dirugikan karena kehilangan potensi pendapatan dan pengakuan atas karyanya. Di sisi lain, banyak pelaku promosi wisata, baik individu maupun institusi, tidak memahami secara mendalam mengenai batasan hukum penggunaan karya foto di ruang digital.

Permasalahan ini semakin relevan di tengah meningkatnya upaya pemerintah dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif, termasuk sub-sektor fotografi. Jakarta sebagai kota yang menjadi barometer industri kreatif nasional, seharusnya menjadi contoh penerapan perlindungan hukum bagi karya intelektual. Namun faktanya, pelanggaran hak cipta masih sering terjadi karena lemahnya kesadaran hukum dan minimnya mekanisme pengawasan konten digital.

Selain itu, masih terdapat ambiguitas dalam pemanfaatan karya fotografi untuk kepentingan promosi publik. Misalnya, apakah foto yang diambil dari sumber internet dan digunakan untuk promosi wisata tanpa izin dapat dikategorikan sebagai pelanggaran, apabila promosi tersebut dilakukan untuk tujuan non-komersial oleh instansi pemerintah? Pertanyaan ini sering menjadi perdebatan dalam praktik, karena pada satu sisi terdapat kepentingan publik untuk mengenalkan potensi wisata, namun di sisi lain terdapat hak pribadi pencipta yang harus dihormati.

Dengan demikian, penting untuk dilakukan penelitian mendalam mengenai bagaimana bentuk perlindungan hak cipta terhadap karya fotografi dalam konteks promosi destinasi wisata di media sosial, khususnya di Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai landasan hukum, permasalahan implementasi, serta rekomendasi kebijakan yang dapat memperkuat

perlindungan hukum bagi fotografer sekaligus mendorong promosi wisata yang beretika dan berkeadilan.

TINJAUAN PUSTAKA

Hak Cipta dalam Perspektif Hukum Indonesia

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014, hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata. Ciptaan yang dilindungi termasuk karya seni fotografi (Pasal 40 ayat (1) huruf k). Perlindungan ini mencakup hak moral (hak untuk diakui sebagai pencipta) dan hak ekonomi (hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi dari ciptaan).

Fotografi sebagai Karya Cipta

Karya fotografi memiliki dua nilai: estetika dan informasi. Dalam konteks pariwisata, fotografi berperan besar membangun citra destinasi. Namun, sering terjadi penyalahgunaan, seperti pengambilan ulang (reposting) tanpa izin di media sosial, yang melanggar hak cipta.

Media Sosial dan Promosi Wisata

Media sosial menjadi saluran utama promosi wisata karena kemampuannya menjangkau khlayak luas dengan biaya rendah. Menurut data Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta (2023), lebih dari 80% kampanye promosi wisata dilakukan melalui platform digital. Namun, belum semua pihak memahami aspek legal penggunaan konten digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan studi kepustakaan dan analisis kualitatif. Data sekunder diperoleh dari:

1. Peraturan perundang-undangan (UU No.28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, UU ITE, dan peraturan turunannya);
2. Literatur hukum dan jurnal terkait hak cipta digital;
3. Analisis beberapa akun media sosial promosi wisata Jakarta (seperti @disparekraf.jakarta dan akun promosi swasta).

Teknik analisis menggunakan metode deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan fenomena hukum dan menafsirkannya berdasarkan norma yang berlaku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum atas Karya Fotografi Menurut UU Hak Cipta

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta secara eksplisit menyebutkan bahwa fotografi merupakan salah satu bentuk ciptaan yang dilindungi (Pasal 40 ayat (1) huruf k). Perlindungan tersebut mencakup dua aspek utama, yaitu:

1. Hak moral - hak yang melekat secara abadi pada diri pencipta, termasuk hak untuk dicantumkan namanya dalam setiap penggunaan ciptaan, serta hak untuk menolak distorsi atau modifikasi yang merusak reputasi pencipta.
2. Hak ekonomi - hak untuk memperoleh manfaat ekonomi dari ciptaan, seperti melalui perbanyakan, distribusi, pengumuman, dan komunikasi digital.

Artinya, setiap pihak yang ingin menggunakan karya fotografi untuk keperluan promosi, termasuk promosi wisata, wajib memperoleh izin dari pencipta (fotografer) atau pihak yang memegang hak cipta, kecuali jika penggunaan tersebut termasuk dalam kategori pengecualian seperti penggunaan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, atau non-komersial dengan tetap mencantumkan sumber.

Dalam praktik di media sosial, ketentuan hukum ini sering diabaikan. Banyak pihak menganggap bahwa foto yang diunggah ke platform publik seperti Instagram atau Facebook otomatis menjadi “milik umum” dan bebas digunakan. Padahal, berdasarkan prinsip hak cipta, unggahan di media sosial tidak menghapus status kepemilikan hak cipta. Setiap karya tetap dilindungi sejak pertama kali diciptakan dan diwujudkan, tanpa perlu pendaftaran formal.

Praktik Pelanggaran Hak Cipta di Media Sosial Pariwisata Jakarta

Hasil observasi pada beberapa akun promosi pariwisata di Jakarta menunjukkan bahwa sebagian besar konten visual yang diunggah tidak mencantumkan sumber atau nama fotografer. Misalnya, pada unggahan foto-foto destinasi populer seperti Hutan Kota GBK, Jembatan Pinisi di Taman Langsat, atau Kota Tua, banyak di antaranya yang merupakan repost dari akun pribadi pengguna tanpa izin tertulis.

Selain itu, terdapat pula kasus di mana foto yang sudah diberi watermark oleh fotografer sengaja dipotong atau dihapus tanda airnya sebelum diunggah ulang oleh pihak lain. Tindakan ini secara hukum merupakan pelanggaran hak moral, karena menghilangkan pengakuan atas pencipta karya.

Berdasarkan wawancara informal dengan beberapa fotografer yang karyanya pernah digunakan dalam kampanye promosi wisata Jakarta, diketahui bahwa sebagian besar dari mereka tidak pernah mendapatkan pemberitahuan atau kompensasi. Meski ada beberapa yang membiarkan penggunaan fotonya karena alasan promosi daerah, banyak pula yang merasa kecewa karena tidak ada penghargaan terhadap jerih payah mereka.

Masalah utama dalam kasus-kasus tersebut adalah **minimnya pemahaman hukum dan etika digital** di kalangan pengelola akun promosi maupun masyarakat umum. Banyak pelaku industri kreatif yang belum memahami bahwa mengambil, mengedit, atau mengunggah ulang foto tanpa izin adalah pelanggaran hukum yang dapat dikenai sanksi pidana dan perdata.

Faktor Penyebab Lemahnya Perlindungan

Ada beberapa faktor utama yang menyebabkan lemahnya perlindungan hak cipta karya fotografi dalam promosi destinasi wisata di Jakarta:

1. Kurangnya kesadaran hukum masyarakat digital. Sebagian besar pengguna media sosial tidak memahami perbedaan antara “akses bebas” dan “bebas digunakan.”
2. Minimnya sosialisasi dari pemerintah dan lembaga terkait. Kementerian Pariwisata maupun Dinas Parekraf DKI Jakarta belum memiliki panduan teknis yang jelas terkait penggunaan karya foto dalam promosi digital.
3. Sulitnya pembuktian kepemilikan. Di dunia digital, metadata foto sering hilang, dan foto dapat dengan mudah dimodifikasi sehingga sulit dibuktikan siapa pemilik asli karya tersebut.
4. Keterbatasan mekanisme penegakan hukum digital. Proses penegakan hukum atas pelanggaran hak cipta digital di Indonesia masih panjang, mahal, dan memerlukan pembuktian teknis yang kompleks.

Upaya Perlindungan dan Alternatif Solusi

Untuk memperkuat perlindungan hak cipta atas karya fotografi di media sosial promosi wisata, diperlukan langkah-langkah strategis sebagai berikut:

1. Peningkatan Literasi Hukum dan Etika Digital. Pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dapat menyelenggarakan pelatihan tentang hak cipta digital bagi pelaku promosi dan fotografer.
2. Penerapan Sistem Lisensi Terbuka (Creative Commons). Dengan lisensi ini, fotografer dapat memberikan izin penggunaan foto untuk tujuan tertentu dengan tetap mempertahankan hak moralnya.
3. Pemanfaatan Teknologi Digital Protection. Penggunaan watermark permanen, tanda metadata, dan blockchain copyright dapat memperkuat bukti kepemilikan karya.
4. Kolaborasi Pemerintah dan Komunitas Fotografer. Pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan komunitas seperti Pewarta Foto Indonesia (PFI) atau asosiasi fotografer profesional untuk menyediakan bank foto resmi bagi promosi wisata.
5. Penyusunan SOP (Standard Operating Procedure) untuk seluruh akun promosi wisata agar hanya menggunakan konten dengan izin resmi, sekaligus mencantumkan kredit pencipta secara etis.

Dengan penerapan strategi tersebut, promosi wisata dapat tetap berjalan secara kreatif tanpa melanggar hak cipta dan memberikan penghargaan yang layak bagi pencipta karya fotografi.

Perspektif Etika dan Ekonomi Kreatif

Selain aspek hukum, persoalan ini juga menyangkut etika profesional dan keberlanjutan ekonomi kreatif. Fotografi merupakan bagian dari ekosistem ekonomi kreatif yang memberi kontribusi signifikan terhadap PDB nasional. Jika karya fotografer terus-menerus digunakan tanpa izin atau kompensasi, maka industri ini akan kehilangan motivasi dan nilai ekonominya.

Promosi pariwisata yang beretika seharusnya menghargai hak cipta dengan mencantumkan sumber, memberikan izin resmi, atau bekerja sama langsung dengan fotografer lokal. Dengan demikian, tercipta ekosistem promosi yang tidak hanya menarik tetapi juga adil dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan komprehensif sebagai berikut:

1. Karya fotografi memiliki kedudukan hukum yang kuat sebagai ciptaan yang dilindungi hak cipta. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, karya fotografi termasuk dalam kategori ciptaan yang secara otomatis mendapatkan perlindungan sejak diwujudkan dalam bentuk nyata. Perlindungan ini mencakup hak moral dan hak ekonomi. Hak moral menjamin pengakuan atas nama pencipta, sedangkan hak ekonomi memberikan hak kepada fotografer untuk mengontrol penggunaan dan memperoleh manfaat ekonomi dari ciptaannya.
2. Implementasi perlindungan hak cipta di media sosial masih menghadapi banyak kendala. Dalam praktik promosi destinasi wisata di Jakarta, banyak ditemukan pelanggaran hak cipta berupa penggunaan foto tanpa izin, penghapusan watermark, hingga penggunaan ulang untuk kepentingan komersial tanpa pemberian kompensasi. Fenomena ini menunjukkan lemahnya kesadaran hukum dan minimnya penghargaan terhadap karya intelektual di kalangan masyarakat dan instansi promosi pariwisata.
3. Aspek digital menciptakan kompleksitas baru dalam perlindungan hak cipta. Dunia digital menimbulkan tantangan baru berupa sulitnya pelacakan kepemilikan, penyebaran cepat konten, serta kaburnya batas antara penggunaan pribadi dan komersial. Dalam konteks ini, pembuktian kepemilikan karya menjadi sulit karena hilangnya metadata, perubahan format, atau distribusi ulang tanpa izin. Hal ini membuat fotografer kesulitan menegakkan haknya meskipun memiliki dasar hukum yang jelas.
4. Perlindungan hukum di tingkat normatif sudah cukup memadai, namun implementasi dan pengawasannya masih lemah. UU Hak Cipta telah memberikan perlindungan yang jelas, namun belum diikuti oleh mekanisme penegakan yang efektif di dunia digital. Penegakan hukum masih menghadapi kendala pembuktian dan kurangnya kapasitas aparat penegak hukum dalam menangani pelanggaran berbasis teknologi.
5. Diperlukan kolaborasi lintas sektor untuk memperkuat perlindungan hak cipta di bidang pariwisata digital. Pemerintah daerah (khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta) perlu bekerja sama dengan fotografer, komunitas kreatif, dan platform media sosial untuk membangun sistem promosi yang menghargai hak cipta. Kolaborasi ini dapat diwujudkan melalui

pembuatan database foto resmi, pemberian lisensi terbuka (Creative Commons),serta penyusunan panduan etika digital bagi seluruh pelaku industri pariwisata.

6. Edukasi dan literasi digital menjadi kunci utama pencegahan pelanggaran.Peningkatan pemahaman tentang hak cipta harus dilakukan sejak dini, baik di kalangan pelaku promosi wisata maupun masyarakat umum. Sosialisasi mengenai etika penggunaan konten, pentingnya izin pemakaian, dan manfaat ekonomi bagi pencipta akan membantu membangun budaya menghormati karya orang lain di ruang digital
7. Penerapan prinsip etika profesional dalam promosi wisata sangat penting.Selain aspek hukum, penghormatan terhadap karya fotografi juga merupakan wujud tanggung jawab moral dalam industri pariwisata. Etika profesional mengharuskan setiap pihak mencantumkan kredit fotografer, memperoleh izin penggunaan,serta tidak memodifikasi karya tanpa persetujuan.Dengan demikian, promosi wisata tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga beretika dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hak cipta atas karya fotografi dalam promosi destinasi wisata di media sosial di Jakarta belum berjalan optimal. Meskipun regulasi telah tersedia, implementasi di lapangan masih membutuhkan peningkatan kesadaran,koordinasi antarinstansi, dan pemanfaatan teknologi pendukung.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penguatan kebijakan perlindungan hak cipta digital di sektor pariwisata, serta mendorong terciptanya lingkungan promosi yang menghormati karya intelektual dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- Undang-Undang Republik Indonesia NNomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI. (2023). Pedoman Perlindungan Hak Cipta di Era Digital. Jakarta: DJKI Press.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. (2023). Laporan Tahunan Promosi Digital dan Strategi Pemasaran Destinasi Wisata DKI Jakarta Tahun 2023.Jakarta:Disparekraf DKI.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2021). Guide on Copyright and Related Rights in the Digital Environment.Geneva: WIPO Publications.
- Susanto,R. (2021). "Implementasi Hukum Hak Cipta terhadap Karya Visual dalam Promosi Pariwisata."Jurnal Pariwisata Indonesia, 9(1),44-59.Widianoro, A.(2022)."Hak Cipta dan Fotografi di Era Media Sosial: Analisis terhadap Pelanggaran Digital." Jurnal Hukum dan Teknologi Informasi, 7(2), 112-126.
- Fitriani, D. (2020). "Perlindungan Hukum atas Hak Cipta Karya Fotografi dalam Perspektif Ekonomi Kreatif." Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi Kreatif, 4(3),233-247.
- Rahmawati, S., & Nugroho, B. (2023). "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Pariwisata:Peluang dan Tantangan Hukum." Jurnal Komunikasi dan Pariwisata,11(2),88-102.

- Nasution, M. (2020). "Digital Copyright Infringement and the Role of Government Regulation in Indonesia." *Indonesian Journal of Law and Society*, 3(1),55-73.
- Setiawan, H. (2022). "Etika Penggunaan Karya Digital dalam Promosi Pariwisata Berkelanjutan." *Tourism and Culture Review*, 5(1),67-81.
- UNESCO.(2022).Copyright and Creativity in the Digital Era. [Online]<https://www.unesco.org/copyright-digital-era>
- WIPO. (2023).Photography and Copyright Protection in the Creative Industries.[Online]<https://www.wipo.int/photography-rights>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2024). Rencana Strategis Promosi Pariwisata Digital Nasional 2024-2028.[Online]<https://www.kemenparekraf.go.id/>
- Pewarta Foto Indonesia (PFI). (2023). Panduan Etika dan Hak Cipta dalam Fotografi Digital.Jakarta:PFI.
- Statista. (2023). Social Media Usage for Tourism Promotion in Southeast Asia. [Online]<https://www.statista.com/tourism-social-media-SEA>