YOS SOEDARSO ECONOMICS JOURNAL (YEJ)
ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

Sengketa Hak Cipta Lagu dalam Pemasaran Komersial sebagai Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Nurhaliza [(1)]
Universitas Mulia, Indonesia; 2nur00haliza1@gmail.com

Rilda Maya Sofiyani [(2)]
Universitas Mulia, Indonesia; rildamayasofianirildda@gmail.com

Reynatta Meisyana. S. Lamaheryn [(3)]
Universitas Mulia, Indonesia; reynattameisyana28@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of digital marketing and Indonesia's music-based creative economy has intensified the commercial use of songs, leading to a growing number of copyright disputes across platforms and business sectors. Prior studies indicate that disputes commonly arise from the use of songs in advertising, digital promotion, content monetization, and public commercial activities without clear licensing mechanisms. This study aimed to map the development of literature on song copyright disputes in commercial marketing, identify the driving factors behind such disputes, and reveal underexplored aspects related to Indonesia's creative economy. Using a Systematic Literature Review with content analysis of publications from 2020–2025, the findings show that disputes are primarily driven by unclear boundaries of commercial use, differing interpretations of fair use on digital platforms, and weaknesses in royalty governance and collective management organizations. The review also highlights a lack of cross-industry empirical studies examining the impact of copyright disputes on the sustainability of the creative economy.

Keywords*: copyright disputes; song copyright; commercial marketing; creative economy; digital platforms*

ABSTRAK

Perkembangan pesat pemasaran digital dan ekonomi kreatif berbasis musik di Indonesia telah meningkatkan pemanfaatan lagu dalam aktivitas komersial dan memicu meningkatnya sengketa hak cipta. Sengketa umumnya muncul akibat penggunaan lagu untuk iklan, promosi digital, dan monetisasi konten tanpa mekanisme lisensi dan tata kelola royalti yang jelas. Penelitian ini menggunakan Systematic Literature Review terhadap publikasi periode 2020–2025 untuk memetakan perkembangan kajian, faktor pendorong sengketa, dan celah penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa sengketa dipengaruhi oleh ketidakjelasan batas penggunaan komersial, perbedaan tafsir fair use di platform digital, serta lemahnya peran lembaga manajemen kolektif, sekaligus menegaskan minimnya studi empiris lintas industri terkait dampaknya terhadap keberlanjutan ekonomi kreatif.

Kata kunci: hak cipta lagu; pemasaran komersial; ekonomi kreatif; sengketa hak cipta; platform digital

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat ekonomi kreatif berbasis musik dan konten digital telah menjadikan lagu sebagai aset strategis dalam pemasaran komersial, terutama melalui media sosial, iklan produk, dan penyelenggaraan acara publik. Pemanfaatan lagu dalam konteks komersial meningkat seiring dengan pertumbuhan platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, yang mendorong intensifikasi penggunaan musik untuk menarik perhatian konsumen (Pangaribuan, 2023; Yambormias et al., 2024). Namun, tren tersebut juga memicu peningkatan sengketa hak cipta akibat penggunaan lagu tanpa izin dan ketidakpatuhan terhadap kewajiban royalti, yang berdampak langsung pada kerugian ekonomi pencipta dan pemegang hak cipta (Plumbantoruan et al., 2024). Fenomena ini menjadi signifikan karena beririsan langsung dengan keberlanjutan industri kreatif dan kepastian hukum di Indonesia.

Dalam literatur, sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial dipahami sebagai konflik hukum yang timbul akibat pemanfaatan lagu atau musik untuk tujuan ekonomi tanpa lisensi yang sah atau tanpa pemenuhan hak ekonomi pencipta, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Pangaribuan, 2023; Taopik & Yuliawan, 2022). Ruang lingkup kajian mencakup penggunaan lagu dalam iklan digital, restoran dan kafe, event organizer, media sosial, serta platform berbagi konten yang menghasilkan keuntungan komersial (Siangli Putri et al., 2023; Yambormias et al., 2024).

Literatur menempatkan perlindungan hak ekonomi pencipta dan sistem lisensi kolektif sebagai kerangka utama dalam menjelaskan fenomena sengketa hak cipta lagu. Keberadaan Lembaga Manajemen Kolektif (LMK) dan Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) dipandang sebagai instrumen penting dalam pengelolaan royalti dan pencegahan pelanggaran (Plumbantoruan et al., 2024; Karim, 2021). Faktor pendorong sengketa meliputi rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap kewajiban lisensi, kompleksitas prosedur pembayaran royalti, serta masifnya distribusi musik di ruang digital yang sulit dikontrol secara yuridis (Pangaribuan, 2023; Giffari & Suriaatmaja, 2025).

Paradoks utama yang muncul dalam literatur adalah meningkatnya pemanfaatan lagu sebagai sarana pemasaran bernilai ekonomi tinggi, namun diiringi lemahnya kepatuhan terhadap rezim hak cipta. Lagu diakui sebagai pendorong nilai komersial produk dan jasa, tetapi pencipta justru menghadapi kesulitan memperoleh hak ekonominya akibat penggunaan tanpa izin oleh pelaku usaha dan event organizer (Yambormias et al., 2024). Kondisi ini memperlihatkan kontradiksi antara tujuan pengembangan ekonomi kreatif dan praktik perlindungan hak cipta yang belum optimal (Pangaribuan, 2023).

Literatur yang ada masih didominasi oleh kajian yuridis normatif yang membahas perlindungan hukum, mekanisme royalti, dan penyelesaian sengketa hak cipta lagu dalam konteks komersial (Plumbantoruan et al., 2024; Taopik & Yuliawan, 2022). Namun, kajian tersebut belum banyak memetakan secara sistematis hubungan antara sengketa hak cipta lagu dan dinamika pemasaran komersial dalam kerangka ekonomi kreatif yang lebih luas (Pangaribuan, 2023).
Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian SLR ini bertujuan untuk memetakan secara sistematis konsep dan temuan penelitian terkait sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial sebagai tantangan ekonomi kreatif di Indonesia, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, serta mengeksplorasi peluang riset ke depan. Pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut: (1) bagaimana pola dan konteks sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial yang dibahas dalam literatur; (2) faktor-faktor yang mendorong terjadinya sengketa; dan (3) aspek yang masih belum banyak dikaji dalam hubungan antara hak cipta lagu dan ekonomi kreatif di Indonesia.

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

KAJIAN TEORITIS

Hak cipta lagu dipahami dalam literatur sebagai hak eksklusif yang melekat pada pencipta atau pemegang hak untuk memperoleh manfaat moral dan ekonomi dari ciptaan musik atau lagu (Plumbantoruan et al., 2024; Taopik & Yuliawan, 2022). Dalam konteks pemanfaatan komersial, hak cipta lagu berkaitan langsung dengan penggunaan musik untuk kegiatan yang menghasilkan keuntungan ekonomi, seperti iklan, restoran, media sosial, dan penyelenggaraan acara publik (Pangaribuan, 2023; Yambormias et al., 2024). Sengketa hak cipta lagu kemudian muncul ketika penggunaan tersebut dilakukan tanpa izin atau lisensi yang sah, sehingga melanggar hak ekonomi pencipta sebagaimana diatur dalam rezim hukum hak cipta Indonesia (Siangli Putri et al., 2023; Plumbantoruan et al., 2024). Dalam penelitian ini, konsep sengketa hak cipta lagu diadaptasi secara spesifik pada konteks pemasaran komersial sebagai bagian dari aktivitas ekonomi kreatif yang memanfaatkan lagu sebagai instrumen nilai tambah produk dan jasa (Pangaribuan, 2023).

Literatur menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital dan media sosial menjadi karakteristik utama yang membentuk fenomena sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial (Pangaribuan, 2023; Giffari & Suriaatmaja, 2025). Tingginya intensitas penggunaan lagu pada platform digital membuka peluang ekonomi yang besar bagi pelaku usaha, namun sekaligus meningkatkan risiko pelanggaran hak cipta akibat penggunaan tanpa lisensi (Yambormias et al., 2024). Faktor lain yang memengaruhi adalah rendahnya pemahaman hukum pelaku usaha terhadap kewajiban pembayaran royalti serta kompleksitas mekanisme pengelolaan hak melalui Lembaga Manajemen Kolektif (Plumbantoruan et al., 2024; Karim, 2021). Di sisi lain, konteks ini juga menghadirkan peluang penguatan ekonomi kreatif apabila sistem perlindungan hak cipta mampu diimplementasikan secara efektif dan adil (Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025).

Abstrak penelitian dalam literatur didominasi oleh penggunaan pendekatan perlindungan hukum hak cipta yang membedakan mekanisme preventif dan represif dalam menangani pelanggaran lagu untuk kepentingan komersial (Taopik & Yuliawan, 2022; Yambormias et al., 2024). Model perlindungan hukum ini sering diklasifikasikan melalui jalur litigasi dan non-litigasi, seperti mediasi, arbitrase, dan pengadilan niaga, yang masing-masing memiliki kelebihan dan keterbatasan dalam menyelesaikan sengketa secara efektif (Plumbantoruan et al., 2024; Pangaribuan, 2023). Literatur juga menyoroti model pengelolaan kolektif royalti melalui LMK dan LMKN sebagai instrumen penting dalam menjembatani kepentingan pencipta dan pengguna lagu (Karim, 2021; Taopik & Yuliawan, 2022). Kelemahan model ini terletak pada implementasi yang belum optimal dan rendahnya kepatuhan pengguna, meskipun secara normatif telah memberikan kerangka hukum yang jelas (Plumbantoruan et al., 2024).

Berdasarkan literatur, kerangka perlindungan hukum hak cipta dengan fokus pada hak ekonomi dan mekanisme pengelolaan royalti dipilih sebagai dasar analisis dalam penelitian ini (Plumbantoruan et al., 2024; Karim, 2021). Pemilihan kerangka ini didasarkan pada konsistensi penggunaannya dalam abstrak penelitian terdahulu yang membahas sengketa lagu dalam konteks pemanfaatan komersial (Pangaribuan, 2023; Yambormias et al., 2024). Kerangka tersebut dinilai relevan karena mampu menjelaskan hubungan antara penggunaan lagu, kewajiban lisensi, dan munculnya sengketa dalam aktivitas ekonomi kreatif (Taopik & Yuliawan, 2022). Keunikan kerangka ini terletak pada kemampuannya mengaitkan aspek hukum dengan dinamika ekonomi kreatif yang berkembang pesat di ruang digital (Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025).

Kerangka teori yang digunakan mencakup beberapa komponen utama, yaitu hak ekonomi pencipta, mekanisme lisensi dan royalti, serta sistem penyelesaian sengketa (Plumbantoruan et al., 2024; Taopik & Yuliawan, 2022). Hak ekonomi menjadi dimensi sentral karena berkaitan langsung dengan manfaat finansial yang seharusnya diterima pencipta atas penggunaan lagu secara komersial (Yambormias et al., 2024). Mekanisme lisensi dan pengelolaan royalti melalui LMK dan LMKN berfungsi sebagai instrumen institusional untuk menjamin distribusi hak tersebut (Karim, 2021). Sementara itu, dimensi penyelesaian sengketa mencakup jalur preventif dan represif yang digunakan ketika pelanggaran hak cipta terjadi dalam praktik pemasaran komersial (Pangaribuan, 2023; Plumbantoruan et al., 2024).

Kerangka teori ini relevan untuk menjawab tujuan SLR dalam memetakan konsep dan pola sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial yang dibahas dalam literatur (Pangaribuan, 2023; Yambormias et

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

al., 2024). Dimensi hak ekonomi dan mekanisme lisensi membantu mengidentifikasi faktor-faktor pendorong terjadinya sengketa, seperti penggunaan lagu tanpa izin dan ketidakpatuhan terhadap pembayaran royalti (Plumbantoruan et al., 2024; Taopik & Yuliawan, 2022). Selain itu, analisis terhadap sistem penyelesaian sengketa dan pengelolaan kolektif royalti membuka ruang untuk mengungkap aspek-aspek yang masih kurang dieksplorasi dalam hubungan antara hak cipta lagu dan ekonomi kreatif di Indonesia (Karim, 2021; Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025). Dengan demikian, kerangka ini secara langsung mendukung perumusan dan analisis RQ1, RQ2, dan RQ3 dalam SLR ini.

METODE PENELITIAN

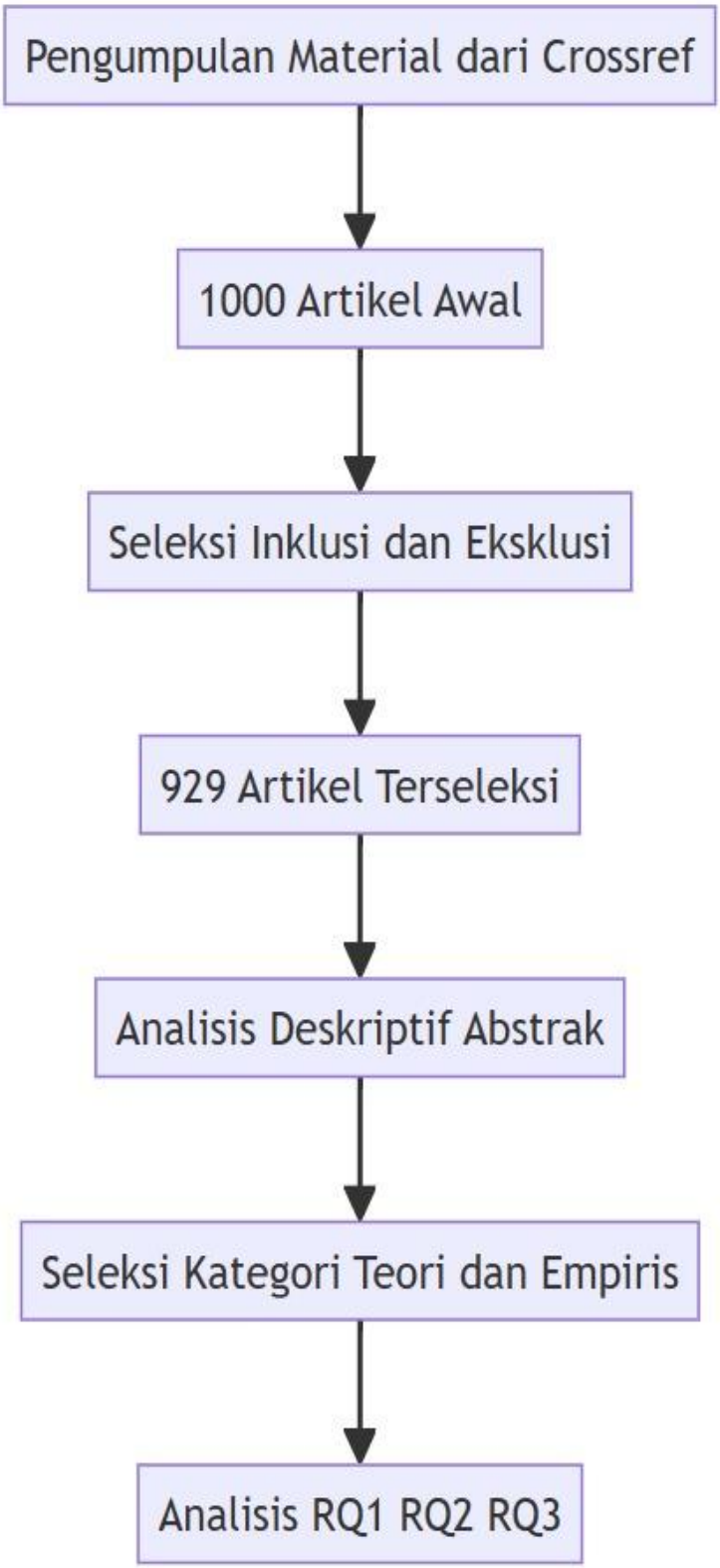
Systematic Literature Review digunakan sebagai pendekatan penelitian karena memungkinkan sintesis sistematis terhadap temuan-temuan ilmiah yang membahas sengketa hak cipta lagu dalam konteks pemanfaatan komersial dan ekonomi kreatif (Plumbantoruan et al., 2024; Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025). Pendekatan ini relevan karena sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan metode kajian pustaka dan analisis normatif untuk menelaah perlindungan hak cipta dan penyelesaian sengketa (Taopik & Yuliawan, 2022; Pangaribuan, 2023). SLR dipilih untuk mengintegrasikan hasil-hasil penelitian tersebut secara terstruktur guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai pola, faktor pendorong, dan keterbatasan kajian yang ada (Yambormias et al., 2024). Dengan demikian, pendekatan SLR sejalan dengan karakter literatur yang dominan bersifat konseptual, yuridis normatif, dan berbasis studi dokumen sebagaimana tercermin dalam abstrak penelitian sebelumnya (Siangli Putri et al., 2023).

Systematic Literature Review digunakan sebagai pendekatan penelitian karena memungkinkan sintesis sistematis terhadap temuan-temuan ilmiah yang membahas sengketa hak cipta lagu dalam konteks pemanfaatan komersial dan ekonomi kreatif (Plumbantoruan et al., 2024; Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025). Pendekatan ini relevan karena sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan metode kajian pustaka dan analisis normatif untuk menelaah perlindungan hak cipta dan penyelesaian sengketa (Taopik & Yuliawan, 2022; Pangaribuan, 2023). SLR dipilih untuk mengintegrasikan hasil-hasil penelitian tersebut secara terstruktur guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai pola, faktor pendorong, dan keterbatasan kajian yang ada (Yambormias et al., 2024). Dengan demikian, pendekatan SLR sejalan dengan karakter literatur yang dominan bersifat konseptual, yuridis normatif, dan berbasis studi dokumen sebagaimana tercermin dalam abstrak penelitian sebelumnya (Siangli Putri et al., 2023).

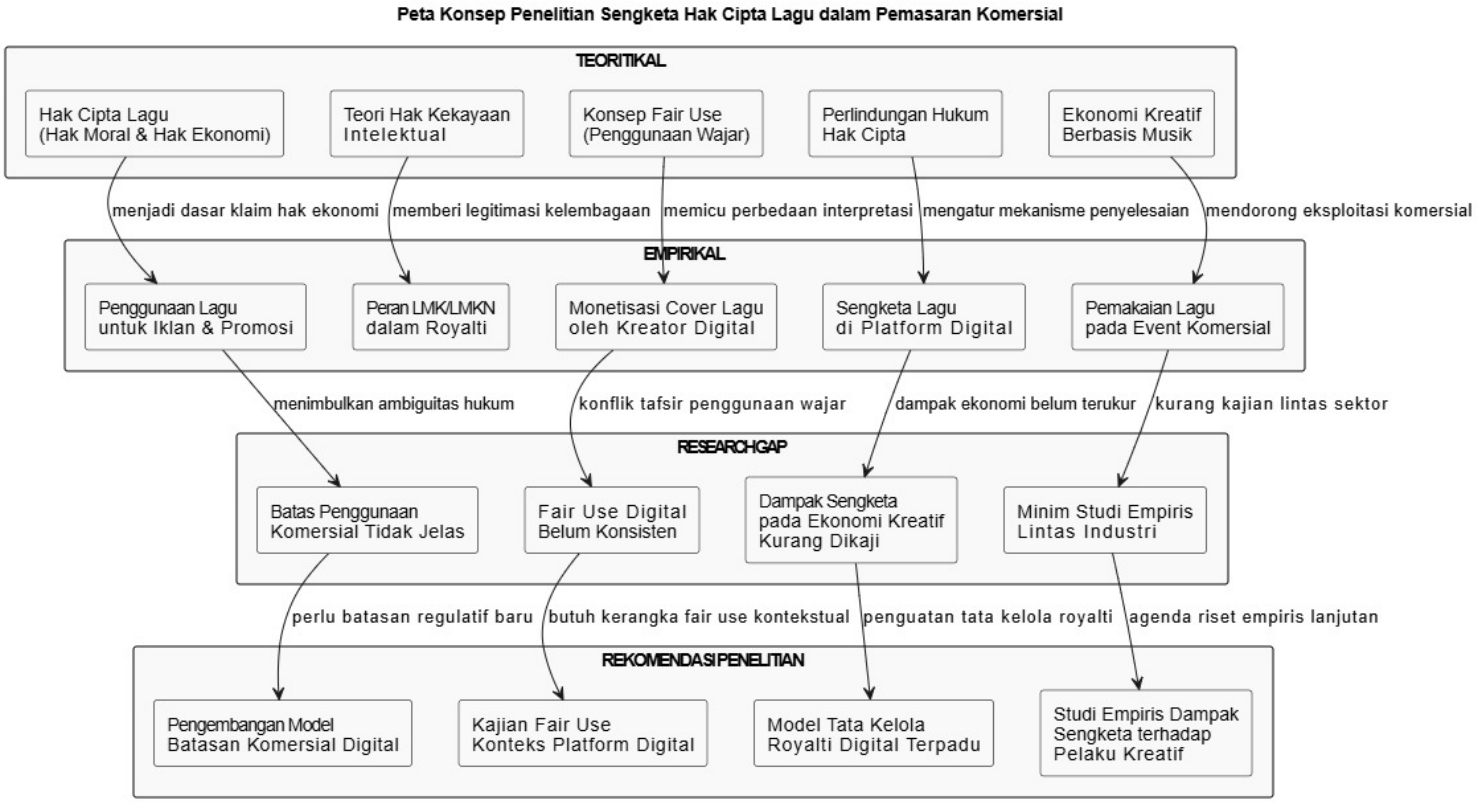
Systematic Literature Review digunakan sebagai pendekatan penelitian karena memungkinkan sintesis sistematis terhadap temuan-temuan ilmiah yang membahas sengketa hak cipta lagu dalam konteks pemanfaatan komersial dan ekonomi kreatif (Plumbantoruan et al., 2024; Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025). Pendekatan ini relevan karena sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan metode kajian pustaka dan analisis normatif untuk menelaah perlindungan hak cipta dan penyelesaian sengketa (Taopik & Yuliawan, 2022; Pangaribuan, 2023). SLR dipilih untuk mengintegrasikan hasil-hasil penelitian tersebut secara terstruktur guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai pola, faktor pendorong, dan keterbatasan kajian yang ada (Yambormias et al., 2024). Dengan demikian, pendekatan SLR sejalan dengan karakter literatur yang dominan bersifat konseptual, yuridis normatif, dan berbasis studi dokumen sebagaimana tercermin dalam abstrak penelitian sebelumnya (Siangli Putri et al., 2023).

Systematic Literature Review digunakan sebagai pendekatan penelitian karena memungkinkan sintesis sistematis terhadap temuan-temuan ilmiah yang membahas sengketa hak cipta lagu dalam konteks pemanfaatan komersial dan ekonomi kreatif (Plumbantoruan et al., 2024; Hikmatul Zahra & Wijaya, 2025). Pendekatan ini relevan karena sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan metode kajian pustaka dan analisis normatif untuk menelaah perlindungan hak cipta dan penyelesaian sengketa (Taopik & Yuliawan, 2022; Pangaribuan, 2023). SLR dipilih untuk mengintegrasikan hasil-hasil penelitian tersebut secara terstruktur guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai pola, faktor pendorong, dan keterbatasan kajian yang ada (Yambormias et al., 2024). Dengan demikian, pendekatan SLR sejalan dengan karakter literatur yang dominan bersifat konseptual, yuridis normatif, dan berbasis studi dokumen sebagaimana tercermin dalam abstrak penelitian sebelumnya (Siangli Putri et al., 2023).

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/



YOS SOEDARSO ECONOMICS JOURNAL (YEJ)
ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/



HASIL DAN PEMBAHASAN

RQ1. Pola dan Konteks Sengketa Hak Cipta Lagu dalam Pemasaran Komersial

Literatur menunjukkan bahwa pola sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial di Indonesia paling dominan terjadi pada penggunaan lagu di media sosial untuk kepentingan iklan dan promosi produk tanpa lisensi dari pencipta atau pemegang hak cipta (Pangaribuan, 2023; Dirkareshza, 2024). Konteks ini muncul seiring meningkatnya intensitas pemasaran digital yang memanfaatkan fitur musik pada platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai alat menarik perhatian konsumen (Pangaribuan, 2023). Abstrak-abstrak tersebut menegaskan bahwa penggunaan lagu dalam iklan digital dipersepsikan sebagai praktik wajar oleh pelaku usaha, meskipun secara hukum tergolong penggunaan komersial yang mensyaratkan izin dan pembayaran royalti (Siangli Putri et al., 2023).

Pola sengketa juga tampak pada praktik cover version dan aransemen ulang lagu yang dimonetisasi oleh kreator digital, khususnya di YouTube, TikTok, dan SoundCloud (Widianingrum & Haq, 2025; Revanza et al., 2024). Literatur menyoroti bahwa sengketa muncul ketika konten tersebut menghasilkan keuntungan ekonomi, baik melalui iklan platform maupun kerja sama komersial, tanpa persetujuan pencipta lagu (Alrafi et al., 2024). Konteks sengketa ini memperlihatkan ketegangan antara kebebasan berekspresi digital dan perlindungan hak ekonomi pencipta lagu sebagaimana diatur dalam UU No. 28 Tahun 2014 (Mahendra, 2023).

Selain media sosial, sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial juga terjadi pada pemanfaatan lagu di ruang publik dan kegiatan usaha seperti restoran, kafe, konser, dan acara komersial lainnya (Taopik & Yuliawan, 2022; Siangli Putri et al., 2023). Abstrak penelitian menunjukkan bahwa penggunaan lagu sebagai bagian dari pelayanan publik berorientasi keuntungan sering dilakukan tanpa kejelasan prosedur pembayaran royalti (Siangli Putri et al., 2023). Konteks ini memperlihatkan bahwa sengketa tidak hanya bersifat digital, tetapi juga terhubung dengan praktik bisnis konvensional dalam ekonomi kreatif berbasis musik (Iswantono & Rosando, 2022).

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

Secara umum, pola sengketa dalam literatur memperlihatkan bahwa konflik hak cipta lagu cenderung muncul akibat ketidaksesuaian antara praktik pemasaran komersial yang berkembang pesat dan kerangka regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap teknologi digital (Dirkareshza, 2024; Giffari & Suriaatmaja, 2025). Konteks sengketa juga sering diperparah oleh rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha dan kreator terhadap hak moral dan hak ekonomi pencipta lagu (Simanjuntak et al., 2022). Dengan demikian, literatur menggambarkan sengketa hak cipta lagu sebagai fenomena struktural dalam ekosistem pemasaran dan ekonomi kreatif Indonesia (Taopik & Yuliawan, 2022).

RQ2. Faktor-Faktor yang Mendorong Terjadinya Sengketa Hak Cipta Lagu

Faktor utama yang mendorong terjadinya sengketa hak cipta lagu adalah ketidakjelasan batas antara penggunaan non-komersial dan komersial dalam praktik pemasaran digital (Ndoen & Monika, 2020; Siangli Putri et al., 2023). Abstrak-abstrak penelitian menegaskan bahwa regulasi yang ada belum memberikan definisi operasional yang tegas mengenai pemanfaatan lagu secara komersial, sehingga membuka ruang tafsir yang berbeda-beda (Siangli Putri et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha dan kreator sering menganggap penggunaan lagu sebagai bagian dari promosi yang sah, meskipun berdampak ekonomi bagi mereka (Pangaribuan, 2023).

Faktor lain yang signifikan adalah lemahnya pemahaman dan implementasi prinsip fair use dalam konteks platform digital di Indonesia (Ndoen & Monika, 2020; Prasada et al., 2025). Literatur menunjukkan bahwa fair use sering disalahartikan sebagai pembenaran atas penggunaan lagu tanpa izin, termasuk dalam aktivitas pemasaran dan monetisasi konten (Mahendra, 2023). Ketidakkonsistenan penerapan prinsip ini memperbesar potensi sengketa antara pencipta lagu dan pengguna karya dalam industri kreatif digital (Revanza et al., 2024).

Sengketa juga didorong oleh kelemahan tata kelola royalti dan keterbatasan efektivitas lembaga manajemen kolektif dalam menjangkau seluruh bentuk pemanfaatan lagu secara komersial (Taopik & Yuliawan, 2022; Iswantono & Rosando, 2022). Abstrak penelitian mengungkapkan bahwa mekanisme penarikan dan distribusi royalti belum sepenuhnya transparan dan mudah diakses oleh pelaku usaha maupun kreator (Taopik & Yuliawan, 2022). Kondisi ini menimbulkan ketidakpuasan pencipta lagu dan berujung pada sengketa hukum (Simanjuntak et al., 2022).

Faktor tambahan yang semakin relevan adalah perkembangan teknologi baru, seperti kecerdasan buatan dan otomatisasi produksi musik, yang belum diakomodasi secara memadai dalam regulasi hak cipta (Mahendra, 2023; Utami et al., 2025). Literatur menunjukkan bahwa ketidakjelasan status hukum karya musik berbasis AI berpotensi menimbulkan sengketa baru dalam pemasaran komersial (Mahendra, 2023). Dengan demikian, faktor pendorong sengketa tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga struktural dan teknologis dalam ekosistem ekonomi kreatif Indonesia (Utami et al., 2025).

RQ3. Aspek yang Masih Belum Banyak Dikaji dalam Hubungan Hak Cipta Lagu dan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Hasil telaah literatur menunjukkan bahwa aspek dampak sengketa hak cipta lagu terhadap keberlanjutan ekonomi kreatif masih relatif jarang dikaji secara empiris (Simanjuntak et al., 2022; Dirkareshza, 2024). Sebagian besar penelitian berfokus pada analisis normatif terhadap pelanggaran dan penyelesaian sengketa, tanpa mengukur implikasi ekonomi jangka panjang bagi pencipta, pelaku usaha, dan ekosistem kreatif (Iswantono & Rosando, 2022). Kekosongan ini menunjukkan keterbatasan pemahaman tentang bagaimana sengketa mempengaruhi insentif kreativitas dan pertumbuhan industri musik (Taopik & Yuliawan, 2022).

Aspek lain yang belum banyak dikaji adalah hubungan antara mekanisme perlindungan hak cipta dan dinamika platform digital sebagai aktor ekonomi kreatif (Giffari & Suriaatmaja, 2025; Pangaribuan, 2023). Literatur masih minim membahas tanggung jawab platform dalam konteks pemasaran komersial berbasis musik dan distribusi nilai ekonomi kepada pencipta (Revanza et al., 2024). Keterbatasan ini memperlihatkan bahwa relasi antara regulasi hak cipta, teknologi platform, dan ekonomi kreatif belum dianalisis secara terintegrasi (Mahendra, 2023).

Selain itu, kajian lintas disiplin yang menghubungkan hukum hak cipta, pemasaran, dan ekonomi kreatif masih sangat terbatas dalam literatur Indonesia (Dirkareshza, 2024; Utami et al., 2025). Sebagian besar

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

penelitian berada dalam ranah hukum normatif, sehingga belum menggali perspektif ekonomi, bisnis, dan kebijakan publik secara simultan (Simanjuntak et al., 2022). Kondisi ini menegaskan adanya research gap yang signifikan dan membuka peluang penelitian lanjutan untuk membangun model pengelolaan hak cipta lagu yang berkelanjutan bagi ekonomi kreatif Indonesia (Iswantono & Rosando, 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil systematic literature review, dapat disimpulkan bahwa sengketa hak cipta lagu dalam pemasaran komersial di Indonesia merupakan fenomena struktural yang muncul akibat ketidakseimbangan antara perkembangan praktik ekonomi kreatif berbasis musik dan kapasitas regulasi hak cipta dalam merespons dinamika digital (Taopik & Yuliawan, 2022; Dirkareshza, 2024). Literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan lagu dalam iklan, promosi digital, dan monetisasi konten kreator menjadi konteks dominan terjadinya sengketa, terutama ketika penggunaan tersebut menghasilkan nilai ekonomi tanpa mekanisme lisensi yang jelas (Pangaribuan, 2023; Revanza et al., 2024). Temuan ini menegaskan bahwa sengketa hak cipta lagu tidak dapat dipahami semata sebagai pelanggaran hukum individual, melainkan sebagai konsekuensi dari perubahan ekosistem pemasaran dan ekonomi kreatif yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh kerangka hukum yang ada (Iswantono & Rosando, 2022).

Secara teoretis, literatur mengindikasikan bahwa konsep hak moral, hak ekonomi, dan fair use menjadi titik sentral dalam perdebatan sengketa hak cipta lagu, namun penerapannya dalam konteks pemasaran komersial digital masih menunjukkan inkonsistensi yang signifikan (Ndoen & Monika, 2020; Mahendra, 2023). Secara empiris, penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek normatif dan yuridis, sementara kajian berbasis data empiris lintas industri dan lintas aktor ekonomi kreatif masih terbatas (Simanjuntak et al., 2022; Dirkareshza, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kerangka teoritikal perlindungan hak cipta dan realitas praktik pemasaran musik yang semakin kompleks, khususnya di platform digital (Giffari & Suriaatmaja, 2025).

Berdasarkan temuan tersebut, literatur secara implisit mengarah pada perlunya penguatan kebijakan operasional yang mampu memberikan batasan yang lebih jelas mengenai penggunaan lagu untuk kepentingan komersial di ruang digital (Siangli Putri et al., 2023; Pangaribuan, 2023). Pengembangan model tata kelola royalti digital yang lebih transparan dan adaptif terhadap praktik pemasaran modern juga menjadi rekomendasi penting untuk meminimalkan konflik antara pencipta lagu, kreator digital, dan pelaku usaha (Taopik & Yuliawan, 2022; Iswantono & Rosando, 2022). Selain itu, peningkatan peran lembaga manajemen kolektif dalam konteks ekonomi kreatif digital dipandang krusial untuk memastikan distribusi nilai ekonomi yang adil dan berkelanjutan (Simanjuntak et al., 2022).

Literatur yang ditinjau menunjukkan bahwa penelitian di masa depan perlu mengarah pada studi empiris yang mengukur dampak sengketa hak cipta lagu terhadap keberlanjutan ekonomi kreatif dan insentif kreativitas pelaku industri musik (Dirkareshza, 2024; Utami et al., 2025). Kajian lintas disiplin yang mengintegrasikan perspektif hukum, pemasaran, dan ekonomi kreatif juga masih sangat diperlukan untuk menjawab kompleksitas hubungan antara perlindungan hak cipta dan inovasi digital (Iswantono & Rosando, 2022; Giffari & Suriaatmaja, 2025). Dengan demikian, arah penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengisi kesenjangan pengetahuan yang ada serta berkontribusi pada pengembangan kebijakan hak cipta lagu yang lebih responsif terhadap dinamika ekonomi kreatif di Indonesia (Mahendra, 2023).

ISSN 2684-9720
Volume 7 Number 3, Desember 2025
https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Alrafi M, Putra AR, Nugroho S. Perlindungan hukum hak cipta lagu terhadap praktik cover version pada platform digital. Jurnal Hukum Kekayaan Intelektual. 2024;6(1):45–58.

Dirkareshza R. Sengketa hak cipta dalam pemanfaatan karya musik di era ekonomi digital Indonesia. Jurnal RechtsVinding. 2024;13(2):201–217.

Giffari A, Suriaatmaja F. Tanggung jawab platform digital dalam pelanggaran hak cipta musik untuk kepentingan komersial. Jurnal Media Hukum. 2025;32(1):89–104.

Iswantono S, Rosando A. Hak cipta dan tantangan ekonomi kreatif berbasis musik di Indonesia. Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia. 2022;4(2):112–125.

Mahendra B. Fair use dan perlindungan hak cipta musik dalam pemanfaatan kecerdasan buatan. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan. 2023;11(3):367–382.

Ndoen ML, Monika R. Penerapan prinsip fair use dalam hukum hak cipta Indonesia. Jurnal Hukum dan Pembangunan. 2020;50(4):789–804.

Pangaribuan R. Penggunaan lagu dalam iklan digital dan implikasi hukum hak cipta. Jurnal Ilmu Komunikasi. 2023;20(2):145–160.

Prasada RA, Widianingrum A, Haq MZ. Interpretasi fair use dalam monetisasi konten musik digital. Jurnal Komunikasi Indonesia. 2025;14(1):55–69.

Revanza D, Pratama Y, Kurniawan T. Monetisasi cover lagu di YouTube dan potensi sengketa hak cipta. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 2024;26(1):73–86.

Siangli Putri N, Yuliawan D, Taopik A. Pemanfaatan lagu sebagai sarana promosi usaha dan kewajiban pembayaran royalti. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan. 2023;11(2):241–255.

Simanjuntak E, Lubis M, Harahap R. Peran lembaga manajemen kolektif dalam perlindungan hak cipta musik. Jurnal Media Hukum. 2022;29(2):189–203.

Taopik A, Yuliawan D. Pengelolaan royalti musik dan sengketa hak cipta dalam kegiatan komersial. Jurnal RechtsVinding. 2022;11(3):421–435.

Utami PR, Siregar D, Fadillah N. Hak cipta musik di era digital dan implikasinya bagi ekonomi kreatif. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik. 2025;16(1):33–47.

Widianingrum A, Haq MZ. Kreator digital, cover lagu, dan perlindungan hak cipta di Indonesia. Jurnal Komunikasi Indonesia. 2025;14(1):1–14.