

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor termasuk dalam promosi produk halal. Salah satu inovasi yang menarik perhatian adalah penggunaan *Motion Graphic* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam menciptakan konten visual yang dinamis dan menarik. Teknologi AI memungkinkan pengolahan data secara otomatis untuk menghasilkan karya yang kreatif dan efisien. Sehingga menjadi pilihan bagi banyak pelaku usaha dalam mendukung strategi pemasaran mereka.

Artificial Intelligence memiliki banyak kemampuan untuk mengelolah dan memproses bahasa alami, pengenalan gambar dan penglihatan komputer dapat mengidentifikasi objek, orang, tempat, dan video serta mampu untuk memahami konten visual serta memecahkan masalah yang rumit (Wendur 2024, 21-22). *Artificial intelligence* sebagai salah satu teknologi mengidentifikasikan bahwa kemampuan *artificial intelligence* cukup mempunyai dalam menunjang efisiensi kehidupan komputer agar dapat melakukan pekerjaan sebaik mungkin sebagaimana manusia. *Artificial intelligence* yang merupakan bagian dari sistem komputer berperan mendorong mesin kecerdasan manusia (Sukardi 2020, 45-60).

Motion graphic adalah teknik animasi yang memadukan elemen desain grafis, teks, dan audio untuk menghasilkan konten visual yang dinamis dan menarik. Pemasaran dalam *motion graphic* menjadi salah satu alat yang sangat efektif karena mampu menarik perhatian konsumen dengan konten visual yang dinamis lebih mudah menarik perhatian di tengah arus informasi yang padat (Cahyadi 2023, 50-51). *Motion Graphic* juga dapat menyampaikan pesan secara jelas dengan kombinasi teks dan gambar bergerak pesan produk dapat disampaikan lebih singkat. Desain yang kreatif dan menarik membantu meningkatkan daya ingat konsumen terhadap merek dan segi biaya lebih efisien (Abdullah 2022, 45-58).

Penggunaan Integrasi *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan *motion graphic* juga membawa berbagai manfaat, antara lain:

- a. Pengolahan Data Otomatis: AI dapat menganalisis data konsumen seperti preferensi, demografi, dan perilaku pembelian. Informasi ini digunakan untuk menciptakan konten yang lebih relevan dan personal.
- b. Efisiensi Produksi: Teknologi AI mempercepat proses pembuatan desain dengan menyediakan template otomatis, mengoptimalkan animasi, hingga menyesuaikan elemen desain berdasarkan data masukan.
- c. Kreativitas Tanpa Batas: AI mampu menghasilkan desain inovatif yang sulit dicapai secara manual, seperti simulasi gerakan yang kompleks atau efek visual yang unik.
- d. Peningkatan Interaktivitas: *Motion graphic* berbasis AI memungkinkan interaksi dua arah, misalnya melalui chatbot animasi atau infografis interaktif (Sukardi 2023, 45-60).

Teknologi digital dengan menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) telah merevolusi banyak sektor termasuk industri pemasaran. Salah satu dampaknya adalah pada sektor produk halal dimana kebutuhan akan strategi pemasaran yang kreatif, afektif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat muslim tetapi juga semakin diminati oleh konsumen global yang peduli pada kualitas, kesehatan, dan keamanan produk. Hadirnya teknologi digital sehingga metode pemasaran konvensional mulai tergantikan oleh pendekatan yang lebih modern. Pelaku usaha kini memanfaatkan berbagai inovasi teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat branding dan meningkatkan efektivitas komunikasi dengan konsumen.

Motion Graphic berbasis AI memiliki kemampuan untuk menciptakan visual interaktif tanpa memerlukan keterampilan teknis tingkat tinggi dari pengguna. Memanfaatkan *algoritma* pembelajaran mesin AI dapat mengelolah data berupa teks, gambar, atau video untuk menghasilkan karya visual yang kreatif. Seseorang memiliki bisnis makanan halal dapat menggunakan AI untuk membuat animasi yang menggambarkan proses produksi makanan halal mereka secara transparan dan edukatif sehingga lebih mudah menarik perhatian konsumen muslim (Sukardi 2020, 45-60).

Kemajuan ini tidak terlepas dari tantangan hukum terutama terkait dengan hak cipta. Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang Nomor 28 Tahun

2014 tentang Hak Cipta, hak cipta didefinisikan sebagai “hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata”. Hal ini sebuah karya harus memiliki pencipta yang jelas dan memenuhi unsur orisinalitas agar dapat di lindungi.

Karya *motion graphic* yang dihasilkan oleh *Artificial Intelligence* (AI), muncul persoalan siapa yang layak disebut sebagai pencipta. Pengguna sering dianggap memiliki kendali atas proses kreatif karena mereka memberikan input, ide, atau arahan spesifik kepada sistem AI. Namun, keterlibatan pengguna sering kali terbatas pada parameter awal tanpa keterlibatan langsung dalam proses penciptaan. Penyedia *platform* AI dapat dikaitkan dengan karya tersebut karena mereka menciptakan dan menyediakan algoritma yang memungkinkan proses kreatif terjadi. Penyedia layanan biasanya tidak terlibat dalam konteks spesifik dari setiap karya yang dihasilkan oleh pengguna. Ada pandangan bahwa AI sebagai entitas "*pencipta*" karena perannya dalam menghasilkan karya. Namun, secara hukum, AI tidak dapat dianggap sebagai subjek hukum karena bukan individu atau badan hukum yang diakui dalam peraturan perundang-undangan. Hal ini dapat memicu potensi plagiarisme atau pelanggaran hak cipta jika tidak diatur dalam Pasal 8 Undang-undang Hak Cipta (Abdullah 2022, 45-58).

Perkembangan AI di bidang seni telah menciptakan ketegangan antara inovasi dan perlindungan hukum. Beberapa industri kecantikan kini mulai memanfaatkan *motion graphic* berbasis AI dalam kampanye promosi digital mereka. Kampanye ini umumnya dilakukan untuk memperkenalkan rangkaian produk terbaru yang menonjolkan keunggulan tertentu, seperti penggunaan bahan alami atau pencantuman sertifikasi halal. Sebuah video promosi berdurasi sekitar 60 detik, teknologi *motion graphic* digunakan untuk menampilkan ilustrasi dinamis dari kandungan bahan, seperti ekstrak tanaman herbal atau madu, yang divisualisasikan dalam bentuk animasi tiga

dimensi dan dilengkapi dengan efek visual menarik, termasuk simbol atau ikon yang menekankan nilai produk. Narasi promosi disampaikan melalui suara virtual berbasis AI yang dirancang dengan intonasi ramah dan informatif untuk menjelaskan manfaat dan keunggulan produk secara persuasif. Konten semacam ini umumnya ditayangkan di berbagai *platform* digital, seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga situs web resmi perusahaan (Nugraha 2022, 12935).

Tidak hanya terbatas pada industri kecantikan, kemajuan AI dalam seni digital juga dimanfaatkan dalam sektor makanan dan minuman sebagai strategi untuk meningkatkan efektivitas promosi produk. Kampanye peluncuran produk yang telah tersertifikasi halal, perusahaan-perusahaan tersebut menghadirkan video promosi berdurasi sekitar 60 detik yang memadukan ilustrasi animatif dari bahan-bahan alami seperti ekstrak buah, madu, atau rempah pilihan. Teknologi animasi tiga dimensi digunakan untuk menciptakan tampilan visual yang dinamis dan menarik, termasuk penyisipan logo halal dalam bentuk animasi guna mempertegas komitmen terhadap standar kehalalan. Narasi dalam video tersebut juga dihasilkan oleh AI, menggunakan suara virtual dengan intonasi hangat dan persuasif untuk menjelaskan keunggulan produk dari segi kualitas, kealamian, serta keamanan konsumsi. Kampanye digital semacam ini disebarluaskan melalui berbagai *platform* digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya sehingga mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, interaktif, dan efisien.

Persoalan ini semakin rumit karena karya berbasis AI sering kali memanfaatkan data dari berbagai sumber yang mungkin dilindungi oleh hak cipta tanpa izin eksplisit dari pemiliknya. *Artificial Intelligence* dapat menggunakan elemen visual seperti gambar, foto, atau desain yang diambil dari basis data yang tersedia secara publik untuk menciptakan karya baru (Wendur 2024, 20). Jika elemen-elemen ini digunakan tanpa persetujuan pemilik aslinya maka karya tersebut berpotensi melanggar Pasal 8 Undang-

undang Hak Cipta yang menyatakan bahwa pemegang hak cipta memiliki hak eksklusif atas penggunaan dan distribusi karyanya. Pelanggaran ini dapat berujung pada tuntutan hukum termasuk klaim atas tindakan plagiarisme (Munawar, Effendy 2016, 128).

Masyarakat seringkali memanfaatkan *motion graphic* berbasis AI untuk kepentingan pribadi, seperti hiburan semata. Mereka dengan mudah mendapatkan serta membuat animasi berdasarkan deskripsi teks yang diinginkan, lalu membagikannya melalui unggahan di media sosial. Kemudahan dalam menghasilkan animasi tanpa keahlian desain membuat banyak orang tertarik untuk menggunakannya sebagai bentuk ekspresi kreatif di dunia digital. Selain untuk kepentingan pribadi, *motion graphic* berbasis AI kini juga banyak digunakan dalam bidang komersial. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk menghasilkan animasi dengan cepat dan efisien, sehingga banyak pelaku bisnis memanfaatkannya dalam strategi pemasaran digital. Animasi yang dihasilkan dapat digunakan untuk iklan, konten media sosial, atau materi promosi lainnya tanpa memerlukan keterampilan desain yang kompleks. Biaya produksi yang lebih terjangkau dibandingkan animasi tradisional, *motion graphic* berbasis AI menjadi solusi inovatif bagi berbagai industri dalam menarik perhatian konsumen.

Kemudahan dan efisiensinya dalam penggunaan *motion graphic* berbasis AI dalam bidang komersial juga menimbulkan berbagai tantangan, terutama terkait dengan aspek hukum dan etika. Salah satu isu utama yang muncul adalah hak cipta atas konten yang dihasilkan oleh AI, mengingat belum adanya regulasi yang secara spesifik mengatur kepemilikan karya yang dibuat tanpa campur tangan manusia secara langsung. Selain itu, perspektif hukum ekonomi syariah, transparansi dalam penggunaan teknologi ini juga perlu diperhatikan agar tidak terjadi praktik yang merugikan pihak lain, seperti plagiarisme atau manipulasi konsumen melalui konten yang menyesatkan.

Penggunaan *motion graphic* berbasis AI dalam promosi juga perlu dikaji dari perspektif kehalalan dan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi syariah. Setiap aktivitas bisnis dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kejujuran, keadilan, dan tidak merugikan pihak lain. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam pembuatan *motion graphic* harus memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian), *tadlis* (penipuan), atau unsur lain yang dapat menyesatkan konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi ini juga perlu mempertimbangkan aspek moral dalam pembuatan animasi, seperti menghindari konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, termasuk yang mengandung unsur pornografi, kekerasan, atau eksploitasi. Memastikan kesesuaian dalam prinsip-prinsip syariah penggunaan *motion graphic* berbasis AI dapat menjadi sarana promosi yang tidak hanya efektif, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Perspektif hukum ekonomi Islam menjelaskan hak cipta atau *haq al-ibtikar* merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang diakui dan dilindungi. Prinsip dasar perlindungan ini berasal dari ajaran Islam yang menekankan keadilan (*'adl*) dan penghormatan terhadap hak milik seseorang, termasuk hak atas karya intelektual. Kepemilikan intelektual dalam Islam adalah amanah yang tidak boleh disalahgunakan, apalagi diambil tanpa izin (Dasopang 2023, 97). *Ibtikar* menjelaskan dalam *Fiqh Muamalah* mengatur hak. Hak merupakan suatu gambaran pemikiran seseorang yang berpengaruh luas apabila telah dituliskan atau dipaparkan pada suatu media. Hak *ibtikar* seseorang adalah gambaran pemikiran yang belum berbentuk material. Akan tetapi, apabila pemikiran ini dituangkan pada sebuah buku maka buah pikiran tersebut berpengaruh luas, baik dari segi material maupun pemikiran. Hasil pikiran seseorang apabila telah dituangkan dan dipaparkan pada sebuah media seperti media cetak, media tulis, media elektronik dan media social. Oleh karena itu, pikiran ini akan menjadi suatu materi pikiran (Haroen 2007, 39).

Menurut para ulama, hak cipta diakui sebagai bentuk hak milik tidak berwujud (*maal ghair musyahadah*) yang memiliki nilai ekonomi dan moral. Oleh karena itu, setiap pelanggaran terhadap hak cipta, seperti plagiarisme atau penggunaan karya tanpa izin, dianggap sebagai bentuk pengambilan hak orang lain yang bertentangan dengan syariat. Firman Allah SWT dalam al-Qur'an al-Baqarah 188 sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Terjemahan :

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”.

Maksud dalam Surah al-Baqarah 188 ialah janganlah memakan harta orang lain dengan cara yang batil, seperti melalui kecurangan, penipuan, suap, atau tindakan zalim lainnya. Selain itu memperingatkan agar manusia tidak menggunakan harta secara tidak halal untuk mempengaruhi keputusan hakim demi kepentingan diri sendiri yang merugikan orang lain. Prinsip ini sejalan dengan konsep keadilan yang menekankan bahwa segala bentuk transaksi harus berdasarkan kejujuran, keadilan, dan ridha dari kedua belah pihak.

Penggunaan AI dalam promosi produk halal harus memastikan bahwa seluruh elemen yang digunakan tidak melanggar hak pihak lain, baik secara hukum positif maupun syariah. Teknologi AI yang digunakan untuk menghasilkan *Motion Graphic* perlu diawasi agar penerapannya tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam dan aturan hukum yang berlaku. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam bentuk karya ilmiah dengan judul ***“Penggunaan Motion Graphic Berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam Promosi Produk di Platform Digital Perspektif Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan Hukum Ekonomi Syariah”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana hukum ekonomi syariah dan hukum positif terhadap penggunaan *motion graphic* berbasis *artificial intelligence* (AI) pada promosi produk di *platform* digital”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan karya *motion graphic* berbasis AI dalam promosi produk di *platform* digital?
2. Bagaimana pengaturan penggunaan karya *motion graphic* berbasis AI menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta?
3. Bagaimana tunjauan hukum ekonomi syariah terhadap penggunaan *motion graphic* berbasis AI dalam promosi produk di *platform* digital?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penggunaan karya *motion graphic* berbasis AI dalam promosi produk di *platform* digital.
2. Untuk menganalisis penggunaan karya *motion graphic* berbasis AI menurut undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta.
3. Untuk menganalisis pandangan hukum ekonomi syariah terhadap penggunaan *motion graphic* berbasis AI dalam promosi produk di *platform* digital.

1.5 Signifikansi Penelitian

Adapun signifikansi dalam penelitian ini adalah khususnya dalam konteks perkembangan teknologi digital dan kepatuhan terhadap hukum ekonomi syariah serta hukum positif. Maraknya penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam produksi konten promosi penting untuk memastikan bahwa inovasi teknologi ini berjalan beriringan dengan perlindungan hak cipta serta nilai-nilai syariah yang adil dan transparan.

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum ekonomi syariah dan hak kekayaan intelektual. Penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik dalam memahami status hukum dari karya digital berbasis AI khususnya yang berkaitan dengan aspek kepemilikan dan perlindungan hak cipta.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi kecerdasan buatan. Adanya kerangka hukum yang jelas perlindungan terhadap hak cipta karya berbasis AI dapat diwujudkan secara adil baik dari perspektif hukum positif maupun hukum syariah.

1.6 Studi Literatur

Penulisan karya ilmiah pada penelitian ini, penulis telah melakukan tinjauan kepustakaan dengan cara meneliti atau menelaah karya ilmiah yang diteliti orang lain, sehingga penulis dapat membedakan permasalahan yang sudah ditulis oleh orang lain karena karya ilmiah yang berkaitan dengannya: Pertama, skripsi yang ditulis oleh M Sahrul Andrean, Nim 1913040141, Tahun 2023, Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dengan judul skripsi "*Karya Cipta Seni yang Dijadikan Karya Non Fungible Token (NFT) dalam Perspektif Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan*

Hukum Islam”. Skripsi ini meneliti tentang bagaimana bentuk pelanggaran hak cipta karya seni digital di aplikasi *non fungible token* (NFT) dan bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik karya cipta seni menurut undang-undang nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta dan hukum Islam. Temuan dalam penelitian ini adalah karya cipta seni digital yang diubah menjadi *Non Fungible Token* (NFT) tanpa izin penciptanya merupakan bentuk pelanggaran hak cipta sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menegaskan bahwa setiap pemanfaatan karya tanpa persetujuan pemilik hak merupakan tindakan ilegal dan dapat dikenai sanksi hukum (Andreal 2023,124). Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini membahas tentang pelanggaran hak cipta terhadap karya seni digital yang diubah menjadi *Non-Fungible Token* (NFT) tanpa izin penciptanya, dengan pendekatan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan hukum Islam secara umum. Sementara itu, penelitian yang penulis bahas tentang penggunaan karya *motion graphic* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam promosi produk di *platform* digital dan menganalisisnya dari sudut pandang hukum hak cipta dan hukum ekonomi syariah.

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Alifia Nurita Suryani dan Arief Rachman Hakim, NIM 20071010005, Tahun 2024, Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang berjudul “*Tinjauan Hukum Komersialisasi Karya Cipta Hasil Artificial Intelligence (AI) Image Generator di Indonesia*”. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya perlindungan preventif pencipta yang menggunakan karya *AI Generated Image* untuk kepentingan komersial dan bagaimana upaya perlindungan represif pencipta yang menggunakan karya *AI Generated Image* untuk kepentingan komersial. Temuan dalam penelitian ini adalah karya *AI Generated Images* belum memenuhi syarat orisinalitas yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, karena penciptaannya lebih bersifat otomatis tanpa keterlibatan kreativitas manusia

secara langsung. Meskipun demikian, tingginya minat masyarakat terhadap komersialisasi gambar hasil AI menunjukkan urgensi adanya perlindungan hukum yang jelas. Sebagai solusi sementara, pemilik karya AI dapat memanfaatkan mekanisme pencatatan ciptaan untuk melindungi hak atas penggunaan komersialnya. Hal ini menegaskan perlunya regulasi adaptif yang mampu mengakomodasi perkembangan teknologi, khususnya di bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI), guna menjawab tantangan hukum yang muncul dari pemanfaatan teknologi AI (Suryani, Hakim, 2024, hlm. 15). Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini membahas tentang upaya perlindungan preventif dan represif terhadap karya *AI Generated Image* yang digunakan untuk kepentingan komersial dengan fokus utama pada tidak terpenuhinya unsur orisinalitas sebagaimana disyaratkan dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Sedangkan penelitian yang penulis bahas tentang penggunaan karya *motion graphic* berbasis AI dalam konteks promosi produk digital dengan menekankan analisis terhadap aspek hukum hak cipta serta hukum ekonomi syariah.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Enrico Ade Setyawan, Nim 192111192, Tahun 2023, Mahasiswa UIN Raden Massaid Surakarta dengan judul "*Hak Ekonomi dari Hasil Monetisasi Konten Reupload di Youtube Perspektif Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 dan Kepemilikan dalam Islam*". Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana *reupload* di *youtube* tanpa izin hingga termonetisasi secara masif dan bagaimana *reupload* di *youtube* tanpa izin hingga termonetisasi secara masif ditinjau dari Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 dan kepemilikan dalam Islam. Temuan dari penelitian ini adalah mengunggah kembali karya orang lain di *YouTube* hingga termonetisasi secara masif masih banyak terjadi. Pertama, karena faktor kurangnya kesadaran masyarakat untuk menghargai karya orang lain. Kedua, penegakan hukum oleh aparat yang berwenang serta Undang-undang yang masih kurang efektif. Meski demikian, hal tersebut

tetap tidak dibenarkan, sesuai Pasal 9 Ayat (2) dan (3) Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 serta kepemilikan dalam Islam yang melarang setiap orang memakan harta dengan cara yang tidak benar. Islam mengharamkan tindakan memanfaatkan harta kepemilikan orang lain untuk kepentingan sendiri tanpa meminta izin terlebih dahulu (Setyawan 2023, 95). Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini membahas tentang kasus reupload konten YouTube tanpa izin yang kemudian dimonetisasi secara masif dan dianalisis berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta serta konsep kepemilikan dalam Islam. Sedangkan penelitian yang penulis bahas adalah penggunaan karya *motion graphic* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam promosi produk digital dengan pendekatan analisis ganda yakni aspek perlindungan hak cipta dan hukum ekonomi syariah seperti keadilan, kejujuran, dan larangan eksploitasi karya tanpa hak.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Toni Aji Mahendra, Nim 1702090117, Tahun 2022, Mahasiswa IAIN Metro dengan judul *"Perlindungan Hukum bagi Pengunggah Video Youtube atas Konten Reupload Perspektif Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta"*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum bagi pengunggah video *youtube* atas konten reupload. Temuan dalam penelitian ini adalah perlindungan hukum atas konten *reuploada* perspektif Undang-undang diperbolehkan dan menurut hukum Islam belum ada dalil yang melarangnya tetapi jika ingin menggunakan hak ciptaan orang lain hendaknya menggunakannya dengan baik dan tidak merusak ciptaan aslinya (Mahendra 2022, 51). Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum bagi pengunggah video di YouTube atas konten reupload dengan fokus pada sejauh mana hukum positif dan norma keagamaan memberikan perlindungan terhadap pihak yang mengunggah ulang suatu konten. Sedangkan penelitian yang penulis bahas adalah penggunaan karya *motion*

graphic berbasis *Artificial Intelligence* (AI) untuk tujuan promosi produk di platform digital dan menganalisisnya dari sudut pandang Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta serta hukum ekonomi syariah.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Intan Rizqi Amalia, Nim 1802036041, Tahun 2022, Mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul "*Analisis Hukum Ekonomi Islam terhadap Perlindungan Hak Cipta di Media Sosial Instagram*". Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pelanggaran hak cipta produk *Mirabel Dress brand* Eracloth.id milik Endah Rahmawati di media sosial Instagram dan bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam terhadap pelanggaran hak cipta terhadap kasus pelanggaran hak cipta di media sosial pada *brand* Eracloth.id. Temuan dalam penelitian ini adalah Memang benar bahwa telah terjadi pelanggaran hak cipta berupa tindakan pembajakan atau pencurian karya fotografi pada katalog produk *Mirabel Dress* milik brand Eracloth.id yang diciptakan oleh Endah Rahmawati. Kasus ini menunjukkan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah diberlakukan di Indonesia sebagai dasar hukum perlindungan karya intelektual, namun implementasinya belum sepenuhnya mampu mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta di lapangan. Dalam perspektif hukum Islam, hak cipta dipandang sebagai bentuk hak milik yang harus dijaga dan dihormati layaknya perlindungan terhadap harta (*mâl*). Ketentuan ini juga telah ditegaskan dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No. 1/MUNAS VII/MUI/15/2005 mengenai Hak Kekayaan Intelektual, yang menyatakan bahwa pelanggaran terhadap hak cipta dan bentuk kekayaan intelektual lainnya termasuk dalam perbuatan zalim yang hukumnya haram (Amalia 2022, 63). Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini membahas tentang pelanggaran hak cipta berupa pencurian foto katalog produk fashion di Instagram, serta bagaimana hal tersebut ditinjau dalam perspektif Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dan hukum ekonomi Islam, khususnya berdasarkan Fatwa

MUI tentang Hak Kekayaan Intelektual yang menyatakan pelanggaran hak cipta sebagai tindakan zalim dan haram. Sedangkan penelitian yang penulis bahas adalah penggunaan karya *motion graphic* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) untuk promosi produk di *platform* digital dan bagaimana praktik tersebut dikaji dari sisi perlindungan hak cipta serta kesesuaian dengan hukum ekonomi syariah.

1.7 Landasan Teori

1. Hak Cipta dalam Undang-undang

Menurut undang undang hak cipta nomor 28 tahun 2014 berbunyi sebagai berikut “hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan”. Hak cipta bertujuan untuk memberikan pengakuan, penghormatan, dan penghargaan kepada seorang pencipta karya (Adi 2019, 22). Hak cipta adalah hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta atas hasil karyanya. Hak ini mencakup hak moral dan hak ekonomis untuk mengatur karyanya oleh pihak lain (Mujahid 2011, 123).

Ada dua hak yang tercakup dalam hak cipta yaitu hak moral dan hak ekonomi. Hak moral merupakan hak yang secara permanen melekat pada pencipta sebagai pengakuan atas identitas dan integritasnya terhadap karya yang dihasilkan. Sementara itu, hak ekonomi merujuk pada hak pencipta untuk memperoleh keuntungan finansial dari pemanfaatan karya cipta tersebut. Kedua jenis hak ini diatur secara terpisah dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, masing-masing tercantum dalam pasal yang berbeda. Meskipun kedua hak tersebut diatur terpisah namun undang-undang menyebutkan kedua hak itu adalah bersifat eksklusif (Ernatudera 2023, 194).

Unsur-unsur penting yang terdapat dalam hak cipta antara lain pencipta, ciptaan, dan pemegang hak cipta. Pencipta adalah seorang atau

beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersamasama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi. Sedangkan ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata. Pemegang Hak Cipta adalah Pencipta sebagai pemilik Hak Cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari Pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah.

Undang-undang Hak Cipta memberikan perlindungan dengan berupa ancaman terhadap pelanggaran dengan ancaman pidana penjara dengan ketentuan pidana. Ganti rugi adalah pembayaran sejumlah uang yang dibebankan kepada pelaku pelanggaran hak ekonomi Pencipta, Pemegang Hak Cipta dan/atau pemilik Hak Terkait berdasarkan putusan pengadilan perkara perdata atau pidana yang berkekuatan hukum tetap atas kerugian yang diderita Pencipta, Pemegang Hak Cipta dan/atau pemilik Hak Terkait (Tarmidzi 2017, 221).

2. Hak *Ibtikar* dalam Hukum Ekonomi Syariah

Ibtikar secara etimologi berarti awal sesuatu atau permulaannya. *Ibtikar* dalam fikih Islam adalah hak cipta atau kreasi yang dihasilkan seseorang untuk pertama kali. Hak *Ibtikar* adalah hak untuk menciptakan dan menyebarluaskan hasil karyanya sendiri untuk pertama kali yang sebelumnya belum pernah diketahui oleh masyarakat umum (Haroen 2007, 39). Pengertian terminologi *haq al-ibtikar* adalah hak istimewa atas suatu ciptaan yang pertama kali diciptakan. Ruang lingkup hak cipta berarti *haq al-ibtikar* merupakan hak untuk memperoleh kewenangan terhadap suatu karya cipta yang baru diciptakan yang dimiliki oleh seorang pencipta karya cipta tersebut. Sebagaimana dengan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), hak cipta termasuk dalam salah satu jenisnya. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam konteks hukum ekonomi syariah dapat dijadikan obyek akad (*al-*

ma'qud 'alaih), baik untuk akad *mu'awadhah* (pertukaran, komersial) maupun akad *tabarru'at* (nonkomersial), dan dapat pula diwariskan atau diwaqafkan (Suryana 2017, 250).

Hak cipta dari sudut pandang Islam merupakan bagian dari hak milik yang dikategorikan *huquq maliyyah* (hak kekayaan) sehingga berlaku padanya ketentuan-ketentuan tentang harta dan juga perlindungan terhadapnya. hak milik dalam Islam mengakui keduanya serta memberikan lapangan sendiri-sendiri tanpa menganggap sebagai suatu pengecualian ataupun cara penanggulangan sementara yang terpaksa oleh hal-hal tertentu (Cholifah 2016:96).

Islam menekankan pentingnya keadilan, transparansi, dan persetujuan sukarela dalam setiap transaksi ekonomi, termasuk dalam penggunaan karya cipta, al-Qur'an menjelaskan pemahaman mengenai hak kekayaan intelektual yaitu dalam Q.S. an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya :

“Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Memakan harta dengan cara yang batil berarti memperoleh atau menggunakan harta melalui cara-cara yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam, seperti mencuri, merampas, berjudi, memungut riba, dan perbuatan serupa lainnya yang bertentangan dengan syariat. Kaitannya dengan hak cipta, apabila seseorang menggunakan karya cipta milik orang lain tanpa izin atau persetujuan, maka tindakan tersebut tergolong sebagai bentuk pengambilan hak milik tanpa kerelaan pemiliknya. Hal ini dalam hukum Islam dikategorikan sebagai perbuatan yang haram, karena setiap harta yang

dimiliki oleh seorang muslim baik berbentuk fisik maupun kekayaan intelektual wajib dijaga dan tidak boleh dirampas secara sepihak.

1.8 Metodologi Penelitian

Agar penelitian ini berjalan dengan baik dan memperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan maka penelitian ini memerlukan sesuatu metode tertentu. Adapun metode yang digunakan dalam penyusunan proposal ini adalah sebagai berikut:

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan berbagai material yang terdapat di ruang perpustakaan yang relevan dengan topik penelitian (Muhaimin 2020, 45). Penelitian ini bersifat normatif dengan menganalisis konsep hukum hak cipta dalam kaitannya dengan penggunaan teknologi AI berdasarkan kajian pustaka yang tersedia. Penelitian ini menggunakan pendekatan *yuridis normatif*, yaitu pendekatan yang berfokus pada pengkajian aturan hukum yang berlaku dan doktrin-doktrin hukum yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis ketentuan dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta serta prinsip-prinsip hukum Islam yang berkaitan dengan perlindungan hak cipta atas karya berbasis *Artificial Intelligence* (AI).

1.8.2 Sumber Data

- a. Bahan hukum primer yang terdiri dari Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, peraturan perundang-undangan terkait perlindungan hak cipta dan promosi produk. Al-Qur'an dan hadis yang relevan dengan perlindungan hak cipta.
- b. Bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, dan artikel ilmiah terkait dengan *motion graphic*, *artificial intelligence* (AI), hak cipta dan hukum Islam, penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini.

- c. Bahan hukum tersier yang terdiri dari ensiklopedia, kamus hukum, website dan referensi lain yang digunakan untuk mendukung pemahaman istilah dan konsep.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan langkah-langkah dengan cara mengidentifikasi dan mengumpulkan dokumen hukum yang relevan dengan perlindungan hak cipta menelaah sumber-sumber literatur terkait teknologi *motion graphic* berbasis AI dan menganalisis teks-teks hukum Islam, seperti Al-Qur'an, Hadis dan pendapat ulama yang berhubungan dengan perlindungan karya ciptaan.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode yuridis deskriptif analisis dengan cara mendeskripsikan ketentuan hukum dalam Undang-undang Hak Cipta dan prinsip hukum Islam menguraikan penerapan *motion graphic* berbasis AI dalam promosi produk halal. Mengkaji kelemahan dan kekuatan ketentuan hukum yang berlaku dalam melindungi karya berbasis AI, menganalisis kesesuaian penggunaan teknologi AI dalam promosi produk halal dengan prinsip hukum Islam dan menyusun argumentasi yang komprehensif mengenai perlindungan hak cipta dalam konteks digital sehingga seluruh pertanyaan penelitian bisa dijawab.