

Perlindungan Hak Cipta Terhadap Penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) dalam Pembuatan Desain Promosi Media Sosial Oleh UMKM di Indonesia

Dadang Apriyanto¹, Ermini², Sri Husnulwati³

¹²³Universitas PGRI Palembang, dadangapriyanto78@univpgri-palembang.ac.id, ermini@univpgri-palembang.ac.id, srihusnulwati05@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan *Generative Artificial Intelligence* (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam proses penciptaan desain promosi media sosial, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Teknologi ini memberikan kemudahan dalam menghasilkan karya visual secara cepat dan efisien, namun di sisi lain menimbulkan berbagai persoalan hukum, terutama terkait perlindungan hak cipta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hak cipta terhadap penggunaan *Generative AI*, bentuk tanggung jawab hukum yang timbul, serta kendala dan tantangan dalam penerapannya di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, serta menggunakan data sekunder berupa buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hak cipta terhadap karya yang dihasilkan oleh AI belum memiliki pengaturan yang jelas dalam hukum positif Indonesia, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum, khususnya terkait aspek originalitas dan kepemilikan karya. Selain itu, tanggung jawab hukum dalam penggunaan AI bersifat kompleks karena melibatkan berbagai pihak, seperti pengguna, pengembang, dan penyedia platform, sehingga diperlukan pendekatan tanggung jawab bersama. Adapun kendala dan tantangan yang dihadapi meliputi kekosongan hukum, rendahnya literasi hukum pelaku UMKM, serta keterbatasan regulasi yang belum adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, diperlukan pembaruan regulasi yang mampu mengakomodasi perkembangan teknologi AI, sekaligus memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang adil bagi seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem digital.

Kata Kunci: Hak Cipta, *Artificial Intelligence* (AI), *Generative AI*, UMKM, Perlindungan Hukum, Ekonomi Digital

ABSTRACT

The development of Generative Artificial Intelligence (AI) has brought significant changes to the process of creating social media promotional designs, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. This technology makes it easy to produce visual works quickly and efficiently, but on the other hand, it raises various legal issues, particularly related to copyright protection. This study aims to analyze copyright protection for the use of Generative AI, the forms of legal responsibility that arise, and the obstacles and challenges in its implementation in Indonesia. The research method used is normative legal research with a statutory and conceptual approach, and uses secondary data in the form of books, journals, and laws and regulations. The results show that copyright protection for works produced by AI does not yet have clear regulations in Indonesian positive law, thus creating legal uncertainty, particularly regarding aspects of originality and ownership of the work. Furthermore, legal responsibility in the use of AI is complex because it involves various parties, such as users, developers, and platform providers, so a shared responsibility approach is needed. The obstacles and challenges faced include legal vacuums, low legal literacy of MSMEs, and limited regulations that are not yet adaptive to technological developments. Thus, regulatory updates are needed to accommodate the development of AI technology while providing legal certainty and fair protection for all parties involved in the digital ecosystem.

Keywords: Copyright, *Artificial Intelligence* (AI), *Generative AI*, MSMEs, Legal Protection, Digital Economy



A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama dengan hadirnya kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence (AI)*. Teknologi ini tidak hanya digunakan dalam sektor industri besar, tetapi juga mulai merambah ke berbagai lini kehidupan masyarakat, termasuk dalam kegiatan ekonomi skala kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu bentuk AI yang saat ini banyak dimanfaatkan adalah *Generative Artificial Intelligence*, yaitu teknologi yang mampu menghasilkan konten baru seperti gambar, teks, dan desain secara otomatis berdasarkan perintah pengguna.

Kemudahan yang ditawarkan oleh Generative AI memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas promosi produk mereka, khususnya melalui media sosial. Dengan keterbatasan sumber daya, baik dari segi biaya maupun tenaga profesional, UMKM kini dapat memanfaatkan teknologi ini untuk membuat desain promosi yang menarik, cepat, dan efisien. Hal ini tentu menjadi solusi praktis di tengah persaingan pasar yang semakin ketat di era digital. [Click or tap here to enter text.](#)

Media sosial sendiri telah menjadi sarana utama dalam strategi pemasaran modern. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan UMKM menjangkau konsumen secara luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Dalam konteks ini, desain visual memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Maka dari itu, penggunaan Generative AI dalam pembuatan desain promosi menjadi semakin relevan dan diminati oleh pelaku usaha.

Namun demikian, penggunaan Generative AI dalam menciptakan desain promosi tidak terlepas dari berbagai persoalan hukum, khususnya terkait dengan perlindungan hak cipta. Desain yang dihasilkan oleh AI seringkali merupakan hasil dari proses pembelajaran mesin yang menggunakan data dari berbagai sumber, termasuk karya-karya yang telah dilindungi hak cipta. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai keaslian karya serta potensi pelanggaran hak cipta terhadap pihak lain.

Permasalahan lain yang muncul adalah mengenai status kepemilikan hak cipta atas karya yang dihasilkan oleh AI. Dalam hukum hak cipta di Indonesia, suatu karya pada umumnya dilindungi apabila dihasilkan oleh manusia sebagai pencipta. Sementara itu, karya yang dihasilkan oleh AI menimbulkan perdebatan, apakah dapat dikategorikan sebagai karya yang memiliki perlindungan hukum, dan jika iya, siapa yang berhak atas karya tersebut, apakah pengguna, pengembang AI, atau pihak lainnya.

Bagi UMKM, ketidakjelasan regulasi ini dapat menimbulkan risiko hukum yang cukup besar. Penggunaan desain yang dihasilkan oleh AI tanpa pemahaman yang memadai mengenai aspek hukum dapat berpotensi menimbulkan sengketa, baik dengan pemilik karya asli maupun dengan pihak penyedia teknologi. Hal ini tentu dapat merugikan pelaku UMKM yang pada umumnya memiliki keterbatasan dalam memahami aspek hukum secara mendalam.

Selain itu, bentuk tanggung jawab hukum dalam penggunaan Generative AI juga menjadi isu yang penting untuk dikaji. Apabila terjadi pelanggaran hak cipta akibat penggunaan desain yang dihasilkan oleh AI, maka perlu ditentukan pihak mana yang harus bertanggung jawab. Apakah tanggung jawab tersebut berada pada pengguna sebagai pihak yang memanfaatkan hasil AI, atautkah pada pengembang sistem AI yang menyediakan teknologi tersebut.

Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan regulasi hukum yang memadai. Di Indonesia sendiri, pengaturan mengenai hak cipta masih mengacu pada Undang-Undang Nomor 28

Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang belum secara spesifik mengatur mengenai karya yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan. Hal ini menyebabkan adanya kekosongan norma hukum dalam menghadapi fenomena baru tersebut.

Di sisi lain, pemanfaatan Generative AI oleh UMKM tetap memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Maka dari itu, diperlukan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan perlindungan hukum, agar inovasi tetap dapat berkembang tanpa mengabaikan hak-hak pihak lain. Pendekatan yang tepat dalam regulasi akan memberikan kepastian hukum sekaligus mendukung keberlanjutan usaha UMKM.

Kendala dan tantangan dalam penerapan perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative AI juga tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi hukum di kalangan pelaku UMKM, serta minimnya sosialisasi terkait penggunaan teknologi AI secara legal dan etis. Selain itu, keterbatasan akses terhadap sumber daya hukum juga menjadi hambatan dalam memahami dan menerapkan aturan yang berlaku.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa penggunaan Generative *Artificial Intelligence* dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia merupakan fenomena yang kompleks dan memerlukan kajian lebih lanjut. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis perlindungan hak cipta, bentuk tanggung jawab hukum, serta kendala dan tantangan yang dihadapi, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan regulasi dan praktik penggunaan AI yang lebih aman dan berkelanjutan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini disusun untuk memberikan arah yang jelas terhadap fokus kajian yang akan dibahas, di mana setiap rumusan masalah tidak hanya menjadi pertanyaan penelitian tetapi juga mencerminkan aspek penting yang perlu dianalisis secara mendalam terkait penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia, yaitu bagaimana perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia, bagaimana bentuk tanggung jawab hukum dalam penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) terhadap desain promosi media sosial UMKM di Indonesia, dan apa kendala serta tantangan dalam penerapan perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia.

B. LANDASAN TEORI

1) Hak Cipta

Hak cipta adalah Hak eksklusif pencipta atas karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Perlindungan hak cipta di Indonesia diatur secara rigid dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC). Dalam konteks desain promosi digital, hak cipta melindungi karya grafis, foto, dan konten kreatif dari pembajakan atau penggunaan tanpa izin.

(Sударsono, 2019), hak cipta mutlak lahir dari adanya *human intellect* (kecerdasan manusia). Ciptaan harus memenuhi unsur keaslian (orisinalitas) yang mencerminkan penuangan ide, kreativitas, dan keahlian personal dari manusia itu sendiri.

Bilas Dewanto (2022) menyatakan bahwa hukum hak cipta Indonesia belum mengakui subjek hukum non-manusia (seperti mesin atau program komputer) sebagai



"Pencipta". Konsekuensinya, karya yang murni dihasilkan secara otonom oleh AI tanpa intervensi manusia dikategorikan sebagai *public domain* (milik publik).

2) **Artificial Intelligence (AI)**

Sistem komputer yang meniru kecerdasan manusia melalui pembelajaran, penalaran, dan pengambilan keputusan. Teknologi ini tidak hanya digunakan dalam sektor industri besar, tetapi juga mulai merambah ke berbagai lini kehidupan masyarakat, termasuk dalam kegiatan ekonomi skala kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Artificial Intelligence (AI)* digunakan untuk analisis tren, otomatisasi konten, dan personalisasi promosi.

Artificial Intelligence (AI) adalah bidang multidisipliner yang meniru kecerdasan manusia melalui algoritma dan sistem komputer. Para sarjana menekankan bahwa AI bukan sekadar teknologi, melainkan fenomena sosial, etis, dan hukum yang memengaruhi pendidikan, ekonomi, dan hak cipta.

(Candrakirana, 2024), menekankan bahwa karya AI tidak memenuhi syarat orisinalitas dalam hukum hak cipta Indonesia.

3) **Generative AI**

Ni Made Laksmi Surya Gayatri (Udayana, 2025): Menegaskan AI tidak dapat menjadi subjek hak cipta, baik di Indonesia maupun Uni Eropa. Perlindungan hukum lebih diarahkan pada data masukan (database) yang digunakan dalam pelatihan AI.

Secara teknis, *Generative AI* merupakan cabang dari *Artificial Intelligence* yang memanfaatkan arsitektur *Deep Learning*—khususnya model seperti *Generative Adversarial Networks (GANs)* atau *Diffusion Models* (yang digunakan dalam AI pembuat gambar seperti Midjourney, Stable Diffusion, atau DALL-E).

Sistem ini tidak bekerja dengan cara menempel potong (*copy-paste*) gambar, melainkan mempelajari pola visual, tekstur, komposisi, dan gaya dari jutaan data latih (*training data*), kemudian probabilitas matematika tersebut digunakan untuk menghasilkan aset visual baru berdasarkan instruksi teks (*prompt*).

4) **UMKM**

Pengertian UMKM di Indonesia mengalami transformasi signifikan sejak disahkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (yang kemudian diperbarui melalui UU No. 6 Tahun 2023) dan diturunkan secara rinci dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.

Di era ekonomi digital, UMKM mengalami pergeseran dari pasar konvensional menuju pasar digital (*e-commerce* dan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook). Fenomena ini disebut oleh para sarjana sebagai Digitalisasi UMKM.

5) **Perlindungan Hukum**

(Tobing, 2025), menekankan perlunya harmonisasi regulasi HKI dengan standar internasional (TRIPs, WIPO Internet Treaties) agar penegakan hukum di ranah digital efektif. Selanjutnya Ujang Badru Jaman (Nusa Putra, 2021): Menyatakan perlindungan hukum harus disertai sanksi tegas terhadap pelanggaran hak cipta digital.

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Dalam konteks UMKM, perlindungan hukum berfungsi sebagai sarana untuk menjamin

kepastian hukum (*legal certainty*) dan keadilan (*justice*) bagi pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi dalam kegiatan komersialnya.

6) Ekonomi Digital

Ekonomi digital merujuk pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengubah model bisnis, proses produksi, dan pemasaran. Bagi UMKM, ekonomi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan syarat kelangsungan usaha (*business survival*).

Mari Elka Pangestu (Ekonom & Mantan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif): Ia menekankan bahwa kekuatan UMKM Indonesia di ranah digital terletak pada *visual storytelling*. Namun, ia menggarisbawahi adanya *digital divide* (kesenjangan digital). UMKM yang mampu mengadopsi *Generative AI* untuk desain promosi akan melesat jauh meninggalkan UMKM konvensional. Perlindungan hukum hak cipta atas output AI ini menjadi krusial agar inovasi digital yang dilakukan oleh UMKM perintis tidak dieksploitasi oleh platform atau kompetitor besar (*free-riding*).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah bahan pustaka atau data sekunder sebagai sumber utama. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis norma hukum yang berkaitan dengan perlindungan hak cipta terhadap penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia.

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji berbagai peraturan yang relevan, khususnya yang berkaitan dengan hak cipta di Indonesia, sedangkan pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep-konsep hukum yang berkembang terkait kecerdasan buatan dan hak kekayaan intelektual.

Sumber bahan hukum dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hak cipta, seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Bahan hukum sekunder berupa buku-buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Adapun bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia, serta sumber lain yang mendukung pemahaman terhadap bahan hukum primer dan sekunder.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara mengumpulkan dan mengkaji berbagai literatur yang relevan dengan permasalahan penelitian. Selanjutnya, teknik analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan menguraikan dan menafsirkan bahan hukum yang telah dikumpulkan untuk kemudian disusun secara sistematis guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hak Cipta terhadap Penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* dalam Pembuatan Desain Promosi Media Sosial oleh UMKM di Indonesia

Perkembangan *Generative Artificial Intelligence (AI)* telah membawa perubahan signifikan dalam proses penciptaan karya, termasuk dalam pembuatan desain promosi



media sosial oleh pelaku UMKM. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk menghasilkan karya visual secara cepat dan efisien tanpa harus memiliki keahlian desain profesional. Namun demikian, kemajuan tersebut juga menimbulkan persoalan hukum baru, khususnya terkait perlindungan hak cipta atas karya yang dihasilkan dengan bantuan AI. Hal ini terjadi karena sistem hukum hak cipta pada dasarnya dibangun atas asumsi bahwa pencipta adalah manusia, sedangkan AI merupakan entitas non-manusia yang mampu menghasilkan karya secara mandiri.

Dalam konteks hukum Indonesia, perlindungan hak cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, yang menegaskan bahwa hak cipta diberikan kepada pencipta sebagai subjek hukum. Pencipta dalam hal ini secara implisit merujuk pada manusia sebagai individu yang memiliki kemampuan intelektual dan kreativitas. Oleh karena itu, karya yang dihasilkan oleh AI menimbulkan perdebatan mengenai apakah dapat dikategorikan sebagai ciptaan yang dilindungi, mengingat tidak adanya unsur pencipta manusia secara langsung dalam proses penciptaannya

Permasalahan ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan konsep originalitas dalam hak cipta. Originalitas merupakan syarat utama agar suatu karya dapat memperoleh perlindungan hukum. Dalam praktiknya, karya yang dihasilkan oleh Generative AI sering kali merupakan hasil dari proses pembelajaran mesin yang menggunakan data dari berbagai sumber, termasuk karya-karya yang telah ada sebelumnya. Kondisi ini menimbulkan keraguan terhadap tingkat keaslian karya tersebut, serta membuka potensi terjadinya pelanggaran hak cipta terhadap karya yang dijadikan sebagai data pelatihan AI.

Selain itu, terdapat persoalan mengenai atribusi kepemilikan hak cipta atas karya yang dihasilkan oleh AI. Beberapa pandangan menyatakan bahwa hak cipta dapat diberikan kepada pengguna sebagai pihak yang memberikan perintah atau input kepada sistem AI. Namun, terdapat pula pandangan lain yang menyatakan bahwa pengembang AI memiliki peran signifikan dalam proses penciptaan karya, sehingga berpotensi menjadi pihak yang berhak atas hasil karya tersebut. Perbedaan pandangan ini menunjukkan adanya kekosongan norma dalam sistem hukum yang belum mampu mengakomodasi perkembangan teknologi AI secara optimal.

Kekosongan hukum tersebut juga berdampak pada ketidakpastian hukum bagi pelaku UMKM yang menggunakan AI dalam kegiatan promosi. Di satu sisi, penggunaan AI memberikan kemudahan dan efisiensi dalam menghasilkan konten promosi yang menarik. Namun di sisi lain, ketidakjelasan mengenai status hukum karya yang dihasilkan dapat menimbulkan risiko hukum, terutama apabila karya tersebut dianggap melanggar hak cipta pihak lain. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM yang pada umumnya memiliki keterbatasan dalam memahami aspek hukum kekayaan intelektual.

Dalam perspektif hukum ekonomi digital, perkembangan teknologi seperti AI menuntut adanya penyesuaian terhadap kerangka hukum yang ada. Hukum tidak lagi dapat bersifat statis, melainkan harus adaptif terhadap dinamika teknologi yang terus berkembang. Pendekatan hukum berbasis nilai menjadi penting untuk memastikan bahwa perlindungan hak cipta tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga mampu mendorong inovasi serta memberikan keadilan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem digital.

Di sisi lain, perlindungan hak cipta juga harus mempertimbangkan keseimbangan antara kepentingan pencipta dan kepentingan publik. Dalam konteks penggunaan AI oleh UMKM, perlindungan hukum seharusnya tidak menghambat kreativitas dan

inovasi, tetapi tetap memberikan batasan yang jelas agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hak cipta pihak lain. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan yang proporsional dalam mengatur penggunaan AI dalam penciptaan karya.

Lebih lanjut, perkembangan AI juga menuntut adanya rekonstruksi terhadap konsep-konsep dasar dalam hukum hak cipta, termasuk konsep pencipta, originalitas, dan kepemilikan karya. Rekonstruksi ini diperlukan agar hukum dapat tetap relevan dalam menghadapi perubahan teknologi. Tanpa adanya pembaruan konsep, hukum berpotensi tertinggal dan tidak mampu memberikan perlindungan yang efektif terhadap karya-karya yang dihasilkan di era digital.

Dalam praktiknya, beberapa negara telah mulai mengkaji dan mengembangkan regulasi terkait karya yang dihasilkan oleh AI, baik melalui pendekatan interpretasi hukum yang ada maupun melalui pembentukan regulasi baru. Hal ini menunjukkan bahwa isu perlindungan hak cipta terhadap karya AI merupakan isu global yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan praktisi hukum.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hak cipta terhadap penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi konseptual maupun normatif. Oleh karena itu, diperlukan upaya pembaruan hukum yang mampu memberikan kepastian dan keadilan, sekaligus mendukung perkembangan teknologi dan pertumbuhan UMKM di era digital.

2. Tanggung Jawab Hukum dalam Penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* terhadap Desain Promosi Media Sosial UMKM di Indonesia

Penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM tidak hanya menimbulkan persoalan mengenai perlindungan hak cipta, tetapi juga berkaitan erat dengan aspek tanggung jawab hukum apabila terjadi pelanggaran. Dalam konteks ini, penentuan pihak yang bertanggung jawab menjadi isu yang kompleks, mengingat keterlibatan berbagai pihak dalam proses penciptaan karya berbasis AI, mulai dari pengguna, pengembang sistem, hingga penyedia platform teknologi.

Dalam hukum, konsep tanggung jawab atau liability pada dasarnya berkaitan dengan kewajiban seseorang atau badan hukum untuk menanggung akibat hukum atas perbuatan yang dilakukannya. Dalam praktik hukum bisnis dan hukum perdata, tanggung jawab dapat timbul karena adanya kesalahan (*fault liability*), tanggung jawab mutlak (*strict liability*), maupun tanggung jawab berdasarkan risiko (*risk liability*). Konsep ini menjadi penting untuk dianalisis dalam konteks penggunaan AI, karena tidak semua tindakan yang dilakukan melalui teknologi dapat secara langsung diatribusikan kepada manusia sebagai pelaku utama.

Dalam penggunaan *Generative AI* oleh UMKM, pengguna sebagai pihak yang memberikan perintah (*prompt*) kepada sistem AI dapat dianggap sebagai pihak yang paling dekat dengan hasil karya yang dihasilkan. Oleh sebab itu, dalam banyak perspektif hukum, pengguna berpotensi menjadi pihak yang bertanggung jawab apabila desain yang dihasilkan melanggar hak cipta pihak lain. Hal ini didasarkan pada prinsip bahwa setiap orang bertanggung jawab atas penggunaan alat atau teknologi yang berada dalam kendalinya.

Namun demikian, tanggung jawab tidak serta merta hanya dibebankan kepada pengguna. Pengembang sistem AI juga memiliki peran penting dalam proses penciptaan karya, terutama dalam hal penyusunan algoritma dan penyediaan data



pelatihan. Apabila sistem AI dirancang tanpa memperhatikan aspek legalitas sumber data atau tidak dilengkapi dengan mekanisme pencegahan pelanggaran, maka pengembang dapat turut dimintai pertanggungjawaban. Hal ini sejalan dengan konsep tanggung jawab dalam hukum teknologi yang menempatkan penyedia sistem sebagai pihak yang memiliki kewajiban untuk memastikan keamanan dan kepatuhan sistem yang dikembangkan.

Selain itu, penyedia platform atau layanan AI juga dapat memiliki tanggung jawab hukum, terutama apabila mereka berperan sebagai perantara dalam distribusi atau penggunaan teknologi. Dalam konteks hukum ekonomi digital, platform digital tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga agar sistem yang mereka operasikan tidak digunakan untuk tujuan yang melanggar hukum. Maka dari itu, tanggung jawab platform dapat muncul apabila terdapat kelalaian dalam pengawasan atau pengendalian penggunaan teknologi.

Kompleksitas tanggung jawab hukum dalam penggunaan AI menunjukkan bahwa pendekatan tanggung jawab tunggal tidak lagi memadai. Diperlukan pendekatan tanggung jawab bersama (*shared liability*) yang mempertimbangkan kontribusi masing-masing pihak dalam proses penciptaan dan penggunaan karya berbasis AI. Pendekatan ini memungkinkan adanya pembagian tanggung jawab secara proporsional sesuai dengan peran dan tingkat keterlibatan masing-masing pihak.

Dalam konteks hukum Indonesia, belum terdapat pengaturan yang secara spesifik mengatur tanggung jawab hukum dalam penggunaan AI. Hal ini menyebabkan adanya ketidakpastian hukum dalam menentukan pihak yang harus bertanggung jawab apabila terjadi pelanggaran. Oleh sebab itu, penafsiran terhadap aturan yang ada, seperti Undang-Undang Hak Cipta dan peraturan terkait transaksi elektronik, menjadi penting untuk mengisi kekosongan hukum tersebut.

Di sisi lain, pendekatan etika juga menjadi bagian penting dalam menentukan tanggung jawab penggunaan AI. Penggunaan teknologi tidak hanya harus memenuhi aspek legalitas, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan akuntabilitas. Dalam konteks ini, penerapan prinsip-prinsip etika dalam pengembangan dan penggunaan AI dapat menjadi landasan dalam mencegah terjadinya pelanggaran hukum serta memastikan penggunaan teknologi yang bertanggung jawab.

Bagi UMKM, pemahaman mengenai tanggung jawab hukum dalam penggunaan AI menjadi hal yang sangat penting. Keterbatasan pengetahuan hukum tidak dapat dijadikan alasan untuk menghindari tanggung jawab apabila terjadi pelanggaran. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi hukum bagi pelaku UMKM agar dapat menggunakan teknologi AI secara bijak dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. [Click or tap here to enter text.](#)

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab hukum dalam penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* terhadap desain promosi media sosial UMKM di Indonesia bersifat kompleks dan melibatkan berbagai pihak. Oleh sebab itu, diperlukan pengaturan hukum yang lebih jelas dan komprehensif untuk memberikan kepastian hukum serta melindungi semua pihak yang terlibat dalam ekosistem digital.

3. Kendala dan Tantangan dalam Penerapan Perlindungan Hak Cipta terhadap Penggunaan *Generative Artificial Intelligence (AI)* dalam Pembuatan Desain Promosi Media Sosial oleh UMKM di Indonesia

Penerapan perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia menghadapi berbagai kendala dan tantangan yang tidak sederhana. Hal ini disebabkan oleh adanya ketidakseimbangan antara perkembangan teknologi yang sangat cepat dengan kemampuan hukum dalam mengatur fenomena tersebut. AI sebagai teknologi disruptif telah menciptakan realitas baru yang belum sepenuhnya dapat dijangkau oleh kerangka hukum yang ada.

Salah satu kendala utama adalah adanya kekosongan hukum (legal gap) dalam pengaturan terkait karya yang dihasilkan oleh AI. Sistem hukum hak cipta di Indonesia masih berfokus pada pencipta manusia, sehingga belum secara eksplisit mengatur mengenai status hukum karya yang dihasilkan oleh entitas non-manusia seperti AI. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian hukum, baik bagi pengguna, pengembang, maupun pihak lain yang terlibat dalam penggunaan teknologi tersebut.

Selain itu, tantangan juga muncul dari konsep originalitas dalam hak cipta yang sulit diterapkan pada karya berbasis AI. Karya yang dihasilkan oleh Generative AI umumnya merupakan hasil dari pengolahan data dalam jumlah besar yang berasal dari berbagai sumber. Hal ini menimbulkan kesulitan dalam menentukan tingkat keaslian suatu karya, serta membuka potensi terjadinya pelanggaran hak cipta terhadap karya yang digunakan sebagai data pelatihan.

Kendala berikutnya adalah rendahnya tingkat literasi hukum di kalangan pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan AI hanya dari sisi kemudahan dan efisiensi, tanpa memahami risiko hukum yang mungkin timbul. Kurangnya pemahaman ini dapat menyebabkan penggunaan karya yang berpotensi melanggar hak cipta, baik secara sengaja maupun tidak. Kondisi ini menunjukkan perlunya edukasi dan sosialisasi yang lebih luas terkait aspek hukum dalam penggunaan teknologi digital.

Di sisi lain, keterbatasan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi juga menjadi tantangan yang signifikan. Hukum sering kali bersifat reaktif, sehingga tertinggal dari perkembangan teknologi yang sangat dinamis. Dalam konteks ekonomi digital, diperlukan pendekatan hukum yang lebih fleksibel dan berbasis nilai agar mampu mengakomodasi inovasi tanpa mengabaikan perlindungan hukum bagi para pihak yang berkepentingan.

Tantangan lainnya adalah terkait dengan pembuktian dalam sengketa hak cipta yang melibatkan AI. Proses pembuktian menjadi lebih kompleks karena sulit untuk menelusuri sumber data yang digunakan oleh sistem AI dalam menghasilkan suatu karya. Selain itu, sifat algoritma yang tidak transparan (black box) juga menyulitkan dalam menentukan apakah suatu karya merupakan hasil pelanggaran atau bukan.

Aspek etika juga menjadi bagian penting dalam tantangan penerapan perlindungan hak cipta. Penggunaan AI yang tidak memperhatikan nilai-nilai keadilan dan tanggung jawab dapat menimbulkan dampak negatif, baik bagi pencipta karya asli maupun bagi masyarakat secara luas. Oleh sebab itu, penerapan prinsip etika dalam pengembangan dan penggunaan AI menjadi hal yang tidak dapat diabaikan dalam upaya menciptakan sistem hukum yang berkeadilan.

Selain itu, tantangan juga muncul dari sifat global teknologi AI yang melampaui batas yurisdiksi negara. Banyak platform AI yang digunakan oleh UMKM berasal dari luar negeri, sehingga menimbulkan persoalan dalam penerapan hukum nasional. Perbedaan regulasi antar negara dapat menyulitkan dalam penegakan hukum, terutama dalam kasus pelanggaran yang melibatkan pihak lintas negara.

Bagi UMKM, berbagai kendala tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam memanfaatkan teknologi AI secara optimal. Di satu sisi, AI memberikan peluang besar



untuk meningkatkan daya saing usaha, namun di sisi lain terdapat risiko hukum yang harus dihadapi. Maka dari itu, diperlukan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan kepatuhan terhadap hukum agar penggunaan AI dapat memberikan manfaat yang maksimal tanpa menimbulkan permasalahan hukum. Dapat disimpulkan bahwa kendala dan tantangan dalam penerapan perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia mencakup aspek regulasi, konseptual, teknis, dan sosial. Maka dari itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat dalam merumuskan solusi yang komprehensif agar hukum dapat berjalan seiring dengan perkembangan teknologi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative Artificial *Intelligence* (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia pada dasarnya belum memiliki pengaturan yang jelas dan spesifik dalam hukum positif. Undang-Undang Hak Cipta masih berorientasi pada pencipta manusia, sehingga menimbulkan ketidakpastian terkait status hukum karya yang dihasilkan oleh AI, khususnya dalam aspek originalitas dan kepemilikan hak cipta.
2. Tanggung jawab hukum dalam penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) terhadap desain promosi media sosial UMKM di Indonesia bersifat kompleks dan melibatkan berbagai pihak, seperti pengguna, pengembang, dan penyedia platform. Dalam praktiknya, pengguna cenderung menjadi pihak yang paling bertanggung jawab, namun tidak menutup kemungkinan adanya tanggung jawab bersama (shared liability) tergantung pada peran masing-masing pihak dalam proses penciptaan dan penggunaan karya berbasis AI.
3. Kendala dan tantangan dalam penerapan perlindungan hak cipta terhadap penggunaan Generative *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan desain promosi media sosial oleh UMKM di Indonesia meliputi adanya kekosongan hukum, kesulitan dalam menentukan originalitas karya, rendahnya literasi hukum pelaku UMKM, serta keterbatasan regulasi yang belum adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, tantangan juga muncul dari aspek teknis, etika, dan yurisdiksi yang semakin kompleks di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrianto, Christian, Rendy Iswanto, Evan Raditya Pratomo, Marina Wardaya, Shienny Megawati Sutanto, Alexandra Ruth Santoso, Hutomo Setia Budi, Junaidi Wirawan, Lisa Indriati, and Pandu Rukmi Utomo. *AI & Desain: Ancaman Atau Peluang?* Penerbit Universitas Ciputra, 2024.
- Apriyanto, Dadang. *Hukum Bisnis: Konsep, Regulasi, Dan Praktik Di Indonesia*. Malang: Samudera Solusi Profesional, 2025.
- Apriyanto, Dadang. *Hukum Ekonomi Digital Ditinjau Dari Hukum Bisnis Berbasis Nilai*. Malang: Samudera Solusi Profesional, 2006.
- Apriyanto, Dadang. *Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Dalam*

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Yang Berkeadilan. Magelang: Samudera Solusi Profesional, 2025.

- Apriyanto, Dadang. *Pancasila Sebagai Arsitektur Etika Artificial Intelligence Dalam Tata Kelola Nasional*. Malang: Samudera Solusi Profesional, 2026.
- Apriyanto, Dadang. *Pancasila Sebagai Arsitektur Etika Artificial Intelligence Dalam Tata Kelola Nasional*. Malang: Samudera Solusi Profesional, 2026.
- Apriyanto, Dadang. *Pengantar Ilmu Hukum*. Malang: Samudera Solusi Profesional, 2026.
- Apriyanto, Dadang. *Rekonstruksi Hukum Hak Cipta Atas Karya Artificial Intelligence Dalam Sistem Hukum Indonesia: Model Pengaturan Normatif Dan Atribusi Kepemilikan*. Malang: Samudera Solusi Profesional, 2026.
- Fahri, Muhammad. *Transformasi Digital Marketing Berbasis Artificial Intelligence Dan Big Data*. Star Digital Publishing, 2026.
- Fuady, D. R. Munir, and M. H. L. L. M. SH. *Teori-Teori Besar Dalam Hukum: Grand Theory*. Prenada Media, 2014.
- Marzuki, Peter Mahmud. "Penelitian Hukum, Cet. 13." *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*, 2017.
- Setiawan, I. Ketut, Loso Judijanto, Teguh Imanto, Wandu Sujatmiko, Didit Prasetyo, Anugerah Widi, Vidya Kharishma, and Muhammad Ritzky Saibi. *Transformasi Praktik Desain Komunikasi Visual Pada Era Artificial Intelligence*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2026.
- Zainuddin, Ali. "Metode Penelitian Hukum, Jakarta: Sinar Grafika." *Ariani Ayu Putri, Ilmu Gizi, Yogyakarta: Nuha Medika*, 2016.
- Zubaedah, Reza, Rofiq Harun, Muhammad Nur, Raden Rara Kartika Kusuma Winahyu, I. Kadek Dwi Gandika Supartha, Haryati Haryati, Timotius Victory, Anugerah Widi, Teguh Imanto, and Syarifah Syarifah. *Generative Artificial Intelligence*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2026.

