

ABSTRAK

Sinematografi (Film) merupakan karya cipta yang dilindungi oleh Undang-Undang, yaitu Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang hak cipta. Namun dalam prakteknya sering kali terjadi pelanggaran terhadap karya cipta sinematografi yang merupakan hak milik dari pemilik atau pemegang hak cipta, yang digunakan untuk kepentingan komersil iklan parodi dari film tanpa seizing pemilik hak cipta sinematografi. Yang dimana kebanyakan pihak tersebut sendiri terkadang tidak mengetahui dan kurang memahi tentang Hak cipta dan undang-undang yang mengaturnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dua hal. Yang pertama Untuk mengetahui perlindungan hukum atas Hak Cipta Sinematografi terhadap kegiatan parodi Film ciptaan yang di adaptasi melalui tayangan yang ada unsur *E-Commerce*. Kedua Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pemegang hak cipta untuk mendapatkan ganti rugi atas pengadaptasian tanpa izin.

Metode penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini menggunakan metode yuridis normatif dengan sifat penelitian deskriptif analisis. Tahap penelitian menggunakan bahan hukum primer berupa undang-undang, bahan hukum sekunder berupa buku-buku yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap Hak Cipta, bahan buku tersier berupa jurnal ilmiah, dan internet.

Hasil yang diperoleh dalam penulisan ini bahwa pihak *E-Commerce* harus mengganti rugi berlandaskan atau mengacu kepada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, pelanggaran pengadaptasian yang digunakan tanpa izin untuk kepentingan komersil iklan parodi diatur dalam pasal 9 ayat 1 huruf d dan ayat (3). Pemilik hak cipta diwajibkan melaporkan dan mengajukan gugata kepada pengadilan niaga jika mendapati pelanggaran terhadap karya ciptanya. Pemilik hak cipta dapat melakukan upaya hukum melalui jalur litigasi, dan non litigasi atau alternative penyelesaian sengketa untuk menyelesaikan secara musyawarah kepada pihak yang menggunakan Sinematografi (Film) dan jalur litigasi dengan mengajukan ganti rugi kepada pengadilan niaga dan meminta penghentian pendistribusian iklan mencegah kerugian yang lebih besar. Lalu hakim dapat memerintahkan untuk menghentikan kegiatan pengumuman ciptaan yang merupakan hasil pelanggaran hak cipta.

ABSTRACT

Cinematography (Film) is a copyright protected by Law, that is Law No. 28 of 2014 concerning copyright. However, in practice there are often violations of the cinematography's copyright that are the property of the owner or copyright holder, which are used for commercial purposes of parody advertisements from films without permission of the cinematography copyright owner. Which is where most of the parties themselves are at times ignorant and lacking in knowledge of the copyright and the laws that govern it. The aim of this study is to find out two things. First, to find out the legal protection of Copyright Cinematography with the parody of the film's creation, which was adapted through impressions of E-Commerce. Second, to find out the legal efforts that can be done by the copyright holder to get compensation for the adaptation without permission.

The method used in this study uses normative juridical motives with descriptive analysis research nature. The study phase uses primary legal materials in the form of laws, secondary legal materials in the form of books relating to legal protection of Copyright, tertiary book materials in the form of scientific journals, and the internet.

The results obtained in this study that the E-Commerce must compensate based on or refer to the Civil Code, violations of adaptation used without permission for commercial purposes parody advertising regulated in article 9 paragraph 1 letter d and paragraph (3). Copyright owners are required to report and file a lawsuit to the court if they find violation of his copyright. Copyright owners can take legal action through litigation, and non-litigation or alternative dispute resolution to resolve deliberations with parties who use cinematography (film) and litigation channels by submitting compensation to the commercial court and requesting the cessation of advertising distribution to prevent greater losses. Then the judge can order to stop the announcement of works which are the result of copyright infringement.