



**PERLINDUNGAN HAK CIPTA PADA KARYA FOTOGRAFI PRODUK
ONLINE SHOP ATAS TINDAKAN PENGGUNAAN TANPA IZIN UNTUK
KEPENTINGAN KOMERSIAL**

Mirza Rahmaniari*, Hendro Saptono, Rinitami Njatrijani
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro
E-mail : mirzarahmaniar25@gmail.com

Abstrak

Hak Cipta terhadap fotografi di Indonesia berkembang seiring dengan pemberlakuan Undang-Undang Hak Cipta, masih banyak pelanggaran-pelanggaran terhadap suatu karya cipta yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap hukum HKI khususnya Hak Cipta terlebih lagi perlindungan Hak Cipta di bidang Karya Fotografi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaturan hak cipta pada karya fotografi berdasarkan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, bagaimana pengaturan hukum atas tindakan penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk *online shop* untuk kepentingan komersial, serta cara mencegah tindakan penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk. Metode pendekatan penelitian ini adalah yuridis empiris dengan memadukan bahan-bahan hukum yang merupakan data sekunder dan data primer yang diperoleh di lapangan, penulis melakukan penelitian dengan mengambil lokasi di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Tengah dan beberapa Pemilik *Online Shop* di *Instagram*. Seluruh dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif. Karya fotografi merupakan obyek dari hak cipta, tercantum di dalam Pasal 40 ayat 1 huruf k Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menyebutkan bahwa Ciptaan yang dilindungi meliputi ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas karya fotografi. Mengambil tanpa izin sebuah gambar atau foto dari internet untuk diunggah di media sosial untuk didistribusikan atau digunakan kepentingan komersial merupakan tindakan pelanggaran hak cipta (Pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta). Terdapat beberapa langkah – langkah pencegahan penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk yakni pemberian *watermark* pada foto produk, pemberian ciri khas pada foto produk, memberikan peringatan pada deskripsi akun *online shop* atau foto produk, memperhatikan syarat ketentuan penggunaan (*terms of use*) pada media sosial, menyimpan dengan aman file *High Resolution* dari sebuah foto, mengajukan permohonan *Judicial Review* agar perlindungan Hak Cipta terkait Fotografi diperluas tentang Fotografi Produk. Dibutuhkan kesadaran hukum sebagai pemilik hak cipta, pengguna media sosial dan peran pemerintah serta Ditjen KI memberikan sosialisasi pemahaman pada masyarakat agar masyarakat meningkat kesadaran hukumnya terkait perlindungan Hak Cipta.

Kata kunci: Perlindungan Hak Cipta; Fotografi Produk; Kepentingan Komersial

Abstract

Copyright in photography in Indonesia has developed along with the enactment of the Copyright Act, there are still many violations of a copyrighted work that are caused by a lack of understanding of IPR law, especially Copyright, especially Copyright protection in the field of Photography. This research was conducted to find out how the copyright regulation in photographic works based on Law No. 28 of 2014 concerning Copyright, how legal arrangements for the use of actions without permission of online shop photography product copyright for commercial purposes, as well as ways to prevent the use of actions without permission product photography copyright. The method of approach of this research is empirical juridical by combining legal materials which are secondary data and primary data obtained in the field, the authors conducted research by locating in the Regional Office of the Ministry of Law and Human



Rights in Central Java and several Online Shop Owners on Instagram. All analyzed qualitatively then presented descriptively. Photographic work is an object of copyright, stated in Article 40 paragraph 1 letter k of Law Number 28 of 2014 concerning Copyright which states that protected works include works in the fields of science, art, and literature, consisting of photographic works. Taking without permission an image or photo from the internet to be uploaded on social media to be distributed or used commercial interests is an act of copyright infringement (Article 12 of Law Number 28 of 2014 concerning Copyright). There are several steps to prevent the use without permission of product photography works, namely giving a watermark to the product photo, giving a characteristic to the product photo, giving a warning on the description of an online shop account or product photo, paying attention to terms of use on social media, safely storing High Resolution files from a photo, submitting a request for a Judicial Review so that copyright protection related to expanded Photography about Product Photography. Legal awareness is needed as a copyright owner, users of social media and the role of the government and the Directorate General of Islamic Information Technology provide socialization of understanding to the public so that people increase their legal awareness regarding copyright protection.

Keywords: *Copyright Protection; Product Photography; Commercial Interest*

I. PENDAHULUAN

Perlindungan hukum terhadap Hak Cipta di Indonesia saat ini diatur dalam Undang-Undang No.28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang memberikan pengertian bahwa :

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.”¹

Undang-Undang Hak Cipta memberi perlindungan hukum terhadap karya cipta yang mencakup, misalnya: buku, program komputer, pamflet, perwajahan (*lay out*) karya tulis yg diterbitkan, ceramah, kuliah, pidato, alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan & ilmu pengetahuan, lagu atau musik dengan atau tanpa teks, drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, pantomim, seni rupa

dalam segala bentuk (seperti seni lukis, gambar, seni ukir, seni kaligrafi, seni pahat, seni patung, kolase, & seni terapan), arsitektur, peta, seni batik (dan karya tradisional lainnya seperti seni songket & seni ikat), fotografi, sinematografi, & tidak termasuk desain industri (yang dilindungi sebagai kekayaan intelektual tersendiri). Ciptaan hasil pengalihwujudan seperti terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai (misalnya buku yang berisi kumpulan karya tulis, himpunan lagu yang direkam dalam satu media, serta komposisi berbagai karya tari pilihan), dan *database* dilindungi sebagai ciptaan tersendiri tanpa mengurangi Hak Cipta atas ciptaan asli.

Permasalahan mengenai Hak Cipta terhadap fotografi di Indonesia juga semakin berkembang seiring dengan pemberlakuan Undang-Undang Hak Cipta, karena dengan adanya Undang-Undang Hak Cipta saja tidak cukup menjamin terlindunginya hak dari pencipta, masih banyak pelanggaran-pelanggaran terhadap suatu karya

¹ Undang-Undang Hak Cipta, Nomor 28 Tahun 2014.



cipta yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap hukum HKI khususnya Hak Cipta dan juga kurangnya kesadaran masyarakat terhadap hak-hak yang dilindungi oleh hukum Hak Cipta terlebih lagi perlindungan Hak Cipta di bidang Karya Fotografi, sebagaimana diatur di dalam Pasal 40 ayat (1) huruf k Undang – Undang Hak Cipta. Dalam pasal ini memberikan perlindungan hukum dalam bidang seni fotografi.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, hal ini juga mempengaruhi perkembangan di bidang promosi produk. Dunia periklanan pun mulai berganti konsep dari media konvensional seperti surat kabar, majalah, katalog mulai beralih ke iklan *online* melalui media sosial, situs *e-commerce* dan lain-lain. Hal ini dimungkinkan terjadi karena teknologi informasi yang terkoneksi dengan jaringan internet global yang memberikan kemudahan dalam pemasaran produk dan jasa. Sebelum memasarkan suatu produk melalui media *online* dibutuhkan adanya foto yang menampilkan atau menonjolkan objek produk yang akan dipasarkan.

Salah satu pelanggaran Hak Cipta atas karya fotografi yang terjadi di Indonesia adalah yang terjadi antara seorang pencipta karya fotografi produk *online shop* yang memasarkan suatu produknya melalui media sosial menyatakan bahwa ia adalah pencipta dan pemegang Hak Cipta atas karya fotografi dan merasa karya fotonya digunakan, dipublikasikan, dan diperbanyak oleh seseorang untuk kepentingan komersial tanpa seizin

dan tidak mencantumkan nama asli dari pencipta atas karya fotografi tersebut. Oleh sebab itu, karena merasa haknya telah dilanggar maka pencipta tersebut dapat mengajukan gugatan atas pelanggaran yang terjadi.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisis lebih mendalam mengenai: **Perlindungan Hak Cipta pada Karya Fotografi Produk *Online Shop* atas Tindakan Penggunaan Tanpa Izin untuk Kepentingan Komersial.** Perumusan masalah yang dapat disusun antara lain :

1. Bagaimana pengaturan hak cipta pada karya fotografi berdasarkan Undang - Undang No. 28/2014 tentang Hak Cipta?
2. Bagaimana pengaturan hukum atas tindakan penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk *online shop* untuk kepentingan komersial?
3. Bagaimana cara mencegah tindakan penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk?

II. METODE PENELITIAN

Permasalahan yang telah dirumuskan akan dijawab atau dipecahkan dengan menggunakan metode pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis empiris dalam penelitian ini adalah bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan yaitu



tentang Perlindungan Hak Cipta pada Karya Cipta Fotografi Produk *Online Shop* atas Tindakan Penggunaan Tanpa Izin untuk Kepentingan Komersial.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Tengah dan beberapa pemilik *Online Shop* di *Instagram*.

Jenis data dan sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah :

Data primer, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan kepada narasumber terkait dengan kegiatan penelitian ini dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan berupa bahan-bahan tertulis berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian.

Seluruh data yang diperoleh, baik data primer maupun data sekunder, dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif, yaitu dengan menggambarkan, menguraikan dan menjelaskan secara cermat karakteristik dari permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Perlindungan Hak Cipta pada Karya Fotografi

Peraturan hukum dan Perundang-undangan Indonesia telah memberikan perlindungan hukum terhadap pencipta atau pemegang Hak Cipta atas karya fotografi, dengan berlakunya Undang-Undang

Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Karya fotografi yang dilakukan merupakan obyek dari hak cipta, sebagaimana tercantum di dalam Pasal 40 ayat 1 huruf k Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menyebutkan bahwa Ciptaan yang dilindungi meliputi ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas karya fotografi.

Dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyatakan bahwa 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. Disamping itu, Hak Cipta memiliki hak moral, di dalam Pasal 5 ayat 1 huruf c Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta menyebutkan bahwa "Hak Moral merupakan hak yang melekat secara abadi pada diri pencipta untuk mengubah ciptaannya sesuai dengan kepatutan di dalam masyarakat." Hak moral tersebut dianggap sebagai hak pribadi yang dimiliki oleh seorang pencipta untuk mencegah terjadinya penyimpangan atas karyanya tersebut.

B. Pengaturan Perlindungan Hak Cipta pada Karya Fotografi Produk *Online Shop* untuk Kepentingan Komersial

Fotografi termasuk karya yang dilindungi hak cipta secara otomatis begitu gambar terwujud dan dapat diperbanyak (Pasal 40 ayat



1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta). Hak cipta memberi sejumlah hak eksklusif kepada pencipta gambar atau foto di antaranya untuk melaksanakan perbanyakannya, pengumuman termasuk perubahan atas gambarnya sendiri dan melarang orang lain melaksanakan tindakan-tindakan tersebut tanpa seizinnya. Mengambil sebuah foto dari internet untuk diunggah di media sosial untuk didistribusikan atau digunakan kepentingan komersial, termasuk contoh perbanyakannya dan pengumuman, sehingga jika tindakan-tindakan tersebut dilakukan tanpa izin pemegang hak ciptanya, tentu akan digolongkan sebagai pelanggaran hak cipta (Pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta).

Memodifikasi gambar orang lain tanpa izin, termasuk pelanggaran hak moral pencipta yang juga ancamannya pidana atau denda (Pasal 5 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta). Pemilik hak cipta suatu karya fotografi memiliki Hak Ekonomi yang terkandung dalam pasal 8 Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta meliputi hak untuk menerbitkan ciptaannya dan menggandakan ciptaan dalam segala bentuk. Termasuk dalam pengumuman adalah pembacaan, penyiaran pameran, penjualan, pendedaran, atau penyebaran suatu ciptaan dengan menggunakan alat apa pun, termasuk media internet, atau melakukan dengan cara apapun sehingga suatu ciptaan dapat dibaca, didengar, atau dilihat orang lain.

Disamping hak moral tersebut, Hak Cipta juga berhubungan dengan kepentingan – kepentingan yang bersifat ekonomi di dalam hak cipta tersebut, merupakan suatu perwujudan dari sifat Hak Cipta itu sendiri, yaitu bahwa ciptaan – ciptaan yang merupakan produk olah pikir manusia itu mempunyai nilai, karena ciptaan – ciptaan tersebut merupakan suatu bentuk kekayaan, walaupun bentuknya tidak berwujud (*intangible*). Hak ekonomi adalah hak yang dimiliki oleh seorang pencipta untuk mendapatkan keuntungan atas ciptaannya (untuk kepentingan komersial).

Dalam hal ini pengaturan tentang pengaturan Hak Cipta terkait Fotografi Produk pada khususnya belum diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta, seharusnya definisi dalam Bab I diperluas tentang Fotografi yang lebih rinci karena mengikuti kebutuhan perkembangan zaman dan munculnya permasalahan-permasalahan baru terkait fotografi. Untuk saat ini, Undang-Undang Hak Cipta hanya mengatur mengenai Potret yang mana Potret merupakan karya fotografi dengan objek manusia. Sehingga diperlukan pengajuan permohonan *Judicial Review* untuk pengajuan penambahan pengaturan mengenai Fotografi Produk.²

C. Tindakan Penggunaan Tanpa Izin Karya Cipta Fotografi Produk *Online Shop* untuk Kepentingan Komersial

² Monika Malau, 2019, penyuluh hukum muda, Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Tengah, wawancara, Semarang, 22 Maret 2019.

Daftar Narasumber

No.	Nama <i>Online Shop</i>	Produk/Jenis Usaha <i>Online Shop</i>
1.	Atashop	Jasa Titip Beli
2.	Rpckitchen	Rumah Puding Cake
3.	Hayeyelashbdl	Jasa Extension Bulu Mata
4.	Croptee.pants	Celana Tidur

Sumber : [instagram.com/](https://www.instagram.com/rpckitchen/) diakses pada tanggal 25 Februari 2019

Berdasarkan kronologis kasus penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk untuk kepentingan komersial dari beberapa narasumber pemilik *online shop* di instagram diatas semuanya dapat diselesaikan dengan cara kekeluargaan dan tidak sampai menempuh jalur hukum. Penyelesaian kasus tersebut adalah dengan menegur oknum yang menggunakan foto produk tanpa izin untuk menghapus foto tersebut dan sejauh ini oknum bersangkutan kooperatif dengan pemilik foto sehingga foto yang digunakan dihapus dan permasalahan dapat terselesaikan.

D. Pencegahan Tindakan Penggunaan Tanpa Izin Karya Cipta Fotografi Produk

Agar terhindar dari penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi sebuah produk, berikut merupakan hal-hal yang dapat dilakukan sesuai dengan hasil wawancara dan pengamatan dari penulis :

1. Pemberian *Watermark* pada Foto Produk

Watermark adalah sebuah tulisan/symbol/logo yang merupakan identitas dari pembuat dari sebuah foto. Bentuknya biasanya berupa nama, baik nama seseorang ataupun nama institusi. Dengan menambahkan nama atau symbol, si pembuat karya mengingatkan kepada siapapun bahwa Hak cipta sebuah foto adalah yang namanya tersebut di dalam foto.



Gambar 1. Contoh pemberian *watermark* pada foto produk

Sumber: [instagram.com/rpckitchen/](https://www.instagram.com/rpckitchen/)

2. Pemberian Ciri Khas pada Foto Produk

Ciri khas dalam fotografi produk tersebut dapat berupa *backdrop*, *background* foto, *framing*, *wallpaper*, stiker dan lain sebagainya.



Gambar 2. Contoh pemberian ciri khas pada foto produk.

Sumber: [instagram.com/croptee.pants/](https://www.instagram.com/croptee.pants/)

3. Memberikan Peringatan pada Deskripsi Akun *Online Shop* atau Foto Produk

Dengan adanya peringatan tersebut diharapkan orang yang berniat ingin mengambil foto tanpa izin dapat lebih berhati-hati dan mengurungkan niatnya karena adanya peringatan tersebut.



Gambar 3. Contoh pemberian peringatan pada deskripsi akun *online shop*.

Sumber : [instagram.com/hayeyelashbdl/](https://www.instagram.com/hayeyelashbdl/)

4. Perhatikan Syarat Ketentuan Penggunaan (*Terms of Use*) Media Sosial

Membaca aturan-aturan yang terkait di sebuah website berbagi foto atau sosial media (*terms of use*), lihat kembali pengaturan lisensi yang ada, agar terbebas dari ketidaknyamanan yang mungkin timbul di kemudian hari akibat tuntutan hukum pemilik hak cipta.

5. Menyimpan File Asli

Pastikan kita menyimpan dengan aman file *High Resolution* atau file mentah (*Raw*) dari sebuah foto, hal itu akan menjadi bukti kuat sebagai pemilik asli foto tersebut jika nantinya ada masalah hukum yang terkait.

6. Pencegahan Jangka Panjang

Untuk pencegahan jangka panjang dapat mengajukan permohonan *Judicial Review* agar perlindungan Hak Cipta terkait Fotografi diperluas tentang Fotografi Produk seiring dengan kebutuhan perkembangan zaman dan munculnya permasalahan-permasalahan baru terkait fotografi.

IV. PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian diatas dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karya fotografi merupakan obyek dari hak cipta, sebagaimana tercantum di dalam Pasal 40 ayat 1 huruf k Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta yang menyebutkan bahwa Ciptaan yang dilindungi meliputi ciptaan

dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas karya fotografi.

2. Pengaturan tentang pengaturan Hak Cipta terkait Fotografi Produk pada khususnya belum diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta, seharusnya definisi dalam Bab I diperluas tentang Fotografi yang lebih rinci karena mengikuti kebutuhan perkembangan zaman dan munculnya permasalahan-permasalahan baru terkait fotografi. Untuk saat ini, Undang-Undang Hak Cipta hanya mengatur mengenai Potret yang mana Potret merupakan karya fotografi dengan objek manusia. Sehingga diperlukan pengajuan permohonan *Judicial Review* untuk pengajuan penambahan pengaturan mengenai Fotografi Produk
3. Agar terhindar dari penggunaan tanpa izin karya cipta fotografi produk, hal –hal yang dapat dilakukan yakni pemberian *watermark* pada foto produk, pemberian ciri khas pada foto produk, memberikan peringatan pada deskripsi akun *online shop* atau foto produk, memperhatikan syarat ketentuan penggunaan (*terms of use*) pada media sosial, menyimpan dengan aman file *High Resolution* dari sebuah foto, mengajukan permohonan *Judicial Review* agar perlindungan Hak Cipta terkait Fotografi diperluas tentang Fotografi Produk.

B. SARAN

1. Sebagai pemilik *Online Shop* di media sosial harus memiliki kesadaran terkait Undang –

Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta agar mereka mengetahui hak – haknya sebagai pemilik karya cipta selain itu diperlukan untuk melakukan tindakan – tindakan pencegahan sebagai perlindungan terhadap karya cipta fotografi produk miliknya agar tidak terjadi kasus penggunaan karyanya tanpa izin untuk kepentingan komersial.

2. Sebagai pengguna media sosial lebih memperhatikan peraturan tentang Syarat Ketentuan Penggunaan (*Terms of Use*) saat membuat akun baru di media sosial dan perlunya pemahaman tentang Hak Cipta yang dilindungi oleh Undang – Undang sehingga harapan kedepannya dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial.
3. Peran pemerintah dan Ditjen KI sangat penting untuk melakukan sosialisasi dan memberikan pemahaman pada masyarakat agar masyarakat meningkat kesadaran hukumnya terkait perlindungan Hak Cipta karena teknologi berkembang sangat pesat dan memungkinkan munculnya masalah – masalah baru terkait Hak Cipta di media sosial.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Muhammad. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Adrian Sutedi, 2009, *Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Citra Aditaya Bakti.



- Budi Agus Riswandi, M. Syamsudin. 2004. *Hak Kekayaan Intelektual Dan Budaya Hukum*. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada
- Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*. 2006. (Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual).
- H. Ok. Saidin. 2010. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Henry Soelistyo. 2011.*Hak Cipta Tanpa Hak Moral*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Iswi Hariyani. 2010. *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*.Yogyakarta : Pustaka Yustisia.
- Kotler, Philip dan Keller.2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks
- Miliza Ghazali. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Rangga Aditiawan, Ferren Bianca. 2011 ,*belajar Fotografi Untuk Hobi dan Bisnis*. Jakarta : Dunia komputer.
- Sentosa Sembiring. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual Dalam Berbagai Peraturan Perundang-undangan*. Bandung :CV. YramaWidya.
- Soeprapto Soedjono. 2007. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta : Universitas Trisakti.
- Suyud Margono. 2003. *Hukum dan Perlindungan Hak Cipta*. Novindo Pustaka Mandiri.
- Tommi Suryo Utomo. 2009. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4220)
- Yayasan Klinik HAKI (IP CLINIC). 2002. *Kompilasi Undang-Undang Hak Cipta, Paten, Merek Dan Terjemahan Konvensi-Konvensi Di Bidang Hak Kekayaan Intelektual*.Bandung :PT. Citra Aditya Bakti.