

IMPLIKASI HUKUM BISNIS ATAS PELANGGARAN HAK CIPTA PENGUNAAN FOTO PRODUK TANPA IZIN DI MARKETPLACE DIGITAL

Chintya Inayah¹, Sesilia Faustin Alisa Purwantoro², Sri Handayani³
Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Indralaya, Sumatera Selatan^{1,2}
Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya, Indralaya, Sumatera Selatan³

Email : Faustinsesilia15@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission: 26-04-2025

Review : 09 - 05 - 2025

Revised : 11 - 05 - 2025

Accepted : 16 - 05 - 2025

Publish : 18 - 05 - 2025

Keywords :

Hak Cipta

Foto Produk

Marketplace Digital

Perlindungan Hukum

ABSTRACT

Product photography serves as the first visual impression and holds significant importance. This study examines the legal protection, causes, and resolution efforts regarding the unauthorized use of product photography on online shopping platforms. Using a qualitative approach through literature study (library research), the findings show that protection can be implemented through preventive measures such as copyright registration and repressive measures, including both litigation and non-litigation mechanisms. Applicable sanctions include civil compensation (Articles 95–99 of the Copyright Law), imprisonment and/or fines (Article 113 of the Copyright Law), as well as administrative penalties in accordance with Government Regulation Number 80 of 2019 concerning Trade through Electronic Systems, such as business license revocation and cessation of business operations. The increasing cases of product photo theft are driven by low copyright awareness, the absence of a dedicated Collective Management Organization for photography, and limited public outreach. It is recommended that the government enhance copyright education, strengthen inter-agency coordination, and encourage proactive efforts from business actors as an integrated approach to effectively ensure the protection of product photography works.

Abstrak

Foto produk merupakan kesan pertama yang dilihat dan menjadi sangat penting. Penelitian ini mengkaji perlindungan hukum, penyebab, dan upaya penyelesaian atas penggunaan fotografi produk pada platform online shop tanpa izin. Melalui metode pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research), ditemukan bahwa perlindungan dapat melalui tindakan preventif seperti pendaftaran hak cipta dan perlindungan represif meliputi mekanisme litigasi dan non litigasi. Sanksi yang diterapkan meliputi ganti rugi atas dasar hukum perdata (Pasal 95–99 UUHC), pidana penjara dan/atau denda (Pasal 113 UUHC), serta sanksi administratif sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik seperti dilakukan pencabutan izin usaha dan penghentian kegiatan usaha. Maraknya pencurian foto produk dikarenakan rendahnya kesadaran hak cipta, belum adanya Lembaga Manajemen Kolektif khusus fotografi, dan minimnya sosialisasi. Disarankan peningkatan edukasi hak cipta oleh pemerintah, penguatan koordinasi antar-instansi, serta langkah proaktif pelaku usaha sebagai upaya terpadu menjamin perlindungan karya fotografi produk secara efektif.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin pesat diikuti dengan perkembangan era digital yang juga berkembang seiring waktunya. Perkembangan tersebut juga dapat dilihat dari kegiatan yang sedang marak dilakukan oleh masyarakat, yaitu jual beli secara daring melalui platform online. Salah satu alasan nya adalah karena kegiatan jual beli secara daring ini bisa dibilang cukup instan, karena para pembeli bisa mencari berbagai barang yang mereka inginkan melalui satu platform dengan harga yang variatif juga pilihan barang yang bisa dibilang lengkap.

Salah satu elemen yang penting dalam jual beli online adalah foto produk. Foto produk tidak hanya berfungsi sebagai visualisasi dari suatu barang, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran agar dapat menarik para konsumen juga sebagai identitas produk. Dengan adanya foto produk, para pembeli dapat melihat dan mengetahui kondisi produk yang ingin dia beli meskipun tidak dilihat secara langsung, yang bisa menumbuhkan minat beli konsumen (Fauzi & Lina, 2021). Dengan meningkatnya minat dan ketertarikan beli konsumen terjadilah kesepakatan jual beli.

Karena melihat pentingnya visualisasi produk bagi konsumen, banyak pelaku usaha yang memilih jalan pintas dengan menggunakan foto produk orang lain, baik dengan izin maupun tanpa izin. Penggunaan foto seperti ini memunculkan banyak permasalahan di masyarakat, dimulai dari kualitas yang tidak sesuai dengan visualisasi produk, produk yang di terima berbeda dengan apa yang di tawarkan, dan banyak lagi. Hal ini menimbulkan persoalan etika maupun hukum. Namun masih banyak konsumen yang tidak berani mengajukan protes karena banyak sekali konsumen yang masih tidak mengetahui hak dan kewajiban yang bisa mereka gunakan untuk mendapatkan keadilan atas kerugian yang mereka alami.

Banyaknya kasus yang terjadi dengan persoalan yang sama yang merugikan banyak konsumen, yaitu mengenai barang yang diterima tidak sesuai dengan foto barang pada platform menunjukkan hak konsumen dan kewajiban penjual yang semakin diabaikan di zaman sekarang (Pratama, 2020). Selain itu persoalan lain juga muncul karena penggunaan foto tanpa izin yang memunculkan persoalan hak cipta dari foto tersebut yang merupakan persoalan yang cukup besar apabila diselesaikan secara hukum.

Berdasarkan persoalan yang banyak ditemui di platform jual beli online tersebut mengenai penggunaan foto, maka penelitian yang akan bahas adalah mengenai bagaimana hukum memberikan perlindungan terhadap pemilik asli foto yang digunakan tanpa izin, apa saja dampak hukum yang timbul dari pengambilan foto tanpa izin, serta apa pengaruh yang akan dihadapi oleh konsumen dan pelaku usaha yang mengalami hal tersebut. Penelitian ini bertujuan agar dapat menjadi edukasi bagi penjual juga pembeli tentang hak dan kewajiban yang mereka punya agar mereka tidak merasakan kerugian saat melakukan proses jual beli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literature (library research), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah berbagai sumber pustaka yang relevan dengan topic yang dibahas. Studi literatur memungkinkan penulis untuk mengkaji berbagai sumber informasi yang tersedia secara tertulis agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dari berbagai pandangan yang diberikan dari setiap penulis jurnal lainnya tentang penggunaan foto produk milik pelaku usaha lain.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari literature sekunder yang terdiri atas jurnal ilmiah dan juga peraturan perundang-undangan yang relevan, seperti perundang undangan yang relevan seperti UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dan banyak sumber hukum lain yang relevan dengan topic yang kami sediakan. Semua data yang ada diolah dan di analisa menggunakan metode analisa data kualitatif yang menghasilkan data deskriptif analitis yaitu apa yang dinyatakan sebagai tujuan penelitian yang bersangkutan secara tertulis, lisan, dan sesuai dengan kenyataan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai pustaka yang relevan melalui platform digital seperti Google Scholar, Garuda, Sinta dan banyak lagi. pemilihan jurnal dilakukan secara selektif berdasarkan tingkat relevansi dengan topik yang disediakan juga kredibilitas penerbitnya.

Data yang diperoleh di analisis secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis dilakukan dengan menginterpretasi isi dari masing masing sumber untuk menemukan pola pemikiran, prinsip hukum, dan kesimpulan normative yang dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Menurut penelitian (Arum & Hadi, 2021) penggunaan foto produk pada situs belanja online dapat menimbulkan kerugian karena rentan di curi pelaku usaha lain, hal ini melanggar Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Banyak faktor yang mendorong terjadinya pelanggaran hak cipta seperti karena belum adanya Lembaga Manajemen Kolektif (LMK) yang fokus pada karya ciptaan fotografi, terdesak persoalan ekonomi, kesadaran masyarakat yang rendah, adanya dualisme hukum yang membingungkan pada Undang-Undang Hak Cipta yaitu mengenai perlindungan melalui prinsip deklaratif dan pendaftaran hak cipta, dan pihak situs belanja online yang kurang tegas dalam melindungi mitra dagangnya. Pencegahan dapat dilakukan pemerintah dengan melakukan pengawasan yang intensif dan menjalin kerja sama atau koordinasi dengan berbagai mitra terkait.

Menurut penelitian (Tassha et al., 2021) maraknya kasus pelanggaran hak cipta atas foto produk di platform online menimbulkan keresahan dan kerugian bagi pedagang daring

lantaran pelaku yang masih berkeliaran bebas karena kurangnya sosialisasi terhadap Undang-Undang Hak Cipta kepada pemegang hak cipta dan lemahnya upaya yang dilakukan oleh Penegak Hukum. Upaya penyelesaian yang dapat dilakukan pelaku usaha yaitu dengan melakukan upaya peringatan terhadap pelaku yang melakukan pelanggaran, upaya mediasi berupa penyelesaian jalur kekeluargaan dengan pelaku, menuntut ganti rugi, dan melakukan pelaporan pada instansi terkait. Diharapkan pihak Kemenkumham melakukan sosialisasi secara berkala dan menyeluruh sehingga masyarakat dapat memahami perlindungan hak cipta.

Menurut penelitian (Carmelia Gelora Agustina & Arinto Nurcahyono, 2024) Berkembangnya marketplace di Indonesia memberikan celah terhadap pelanggaran hak cipta yaitu duplikasi yang diatur dalam Undang Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Jo. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Terdapat dua bentuk perlindungan hukum, yakni perlindungan hukum preventif yaitu pencegahan sebelum adanya pelanggaran dan represif yaitu penyelesaian sengketa atau setelah adanya suatu pelanggaran yang implementasi penyelesaiannya dengan jalur litigasi maupun non-litigasi seperti diatur dalam Pasal 95 UUHC. Menurut hukum perdata, tindakan duplikasi yang memenuhi unsur-unsur perbuatan melawan hukum dapat di minta ganti rugi. Menurut hukum pidana, duplikat adalah pembajakan dan korban dapat melakukan delik aduan atau penuntutan sebagaimana ketentuan Pasal 120 UUHC. Menurut Pasal 15 Ayat (2) UU ITE penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap penyelenggara sistem elektroniknya namun tidak dapat dibebankan secara penuh.

Menurut penelitian (Aprilyana & Rahmawati, 2024) kemudahan teknologi merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan pelanggaran terhadap karya cipta. Seorang reseller harus memiliki pemahaman tentang hak cipta seperti contohnya dengan meminta izin terlebih dahulu dari pemilik hak cipta, membeli lisensi atau mendapatkan hak penggunaan, menggunakan gambar domain publik atau bebas lisensi, atau membuat foto sendiri atau mengganti elemen kunci. Pasal 59 ayat (1) Undang-Undang Nomer 28 Tahun 2014 membahas tentang Perlindungan terhadap Hak Cipta fotografi yang selanjutnya disebutkan bahwa perlindungan Hak Cipta berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak pertama kali diumumkan, jadi hak cipta pasti di lindungi hukum secara preventif dan represif.

Menurut peneliti (Salma et al., 2023) menyatakan bahwa perlindungan hukum terhadap penggunaan fotografi produk online shop tanpa izin ditinjau dari UU no 28 tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap fotografi produk online shop tersebut adalah dengan melakukan Perlindungan hukum Preventif dan Perlindungan Hukum Refresif. Sedangkan sanksi yang dapat diberikan berdasarkan UU No 28 Tahun 2014 adalah Sanksi Hukum Perdata dan Sanksi Hukum Pidana. Pelaku pelanggaran yang menghilangkan informasi mengenai pencipta aslinya dapat di pidana atau di denda sesuai dengan pasal 48 UU ITE karena telah

melanggar pasal 32 ayat (1) UU ITE. yang juga di dukung oleh (Pokhrel, 2024) yang penelitiannya menyatakan bahwa perlindungan hukum dapat di lakukan dengan beberapa Upaya tersebut, dengan penjelasan yang lebih rinci dan lebih banyak pasal UU yang di lampirkan membuat pernyataannya semakin kuat. Bentuk perlindungan hukum secara preventif diatur dalam pasal 9 UUHC. Perlindungan hukum represif terdapat pada UU Hak Cipta Pasal 95 tentang mekanisme perlindungan hukum represif yang terbagi jadi dua, yaitu melalui jalur litigasi dan non litigasi. Sanksi hukum perdata yang berupa ganti rugi terdapat pada Pasal 95 Ayat (1) dan (2) UU Hak Cipta, pasal 96 Ayat (1) UU Hak Cipta, dan Pasal 99 Ayat (1) UU Hak Cipta. Sanksi hukum pidana yang terdapat pada Pasal 113 UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta Ayat (3) dan Pasal 9 Ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c dan/atau huruf g. kemudian di tambahkan juga bahwa terdapat sanksi administratif, yaitu pertanggung jawaban secara administratif, yaitu sanksi-sanksi berupa pemberhentian kegiatan untuk sementara, pencabutan izin usaha, dan sebagainya. Maka dari itu sanksi administratif dapat ditemukan pada berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur berbagai kegiatan dalam kehidupan masyarakat. Seperti terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Menurut penelitian (Lutfiyana & Juhana, 2024) menyatakan bahwa foto produk sangat berdampak pada penjualan. Hal ini disebabkan karena para pembeli memberikan Kesan pertamanya terhadap barang tersebut melalui gambar yang di sediakan penjual, dan penjual pun menunjukkan foto tersebut untuk menarik para pelanggan sehingga menjadi ajang promosi yang membuat tidak sedikit dari para penjual yang menggunakan foto produk yang berasal dari penjual lain agar menarik lebih banyak pelanggan.

Menurut penelitian dari (Pratama, 2020) menyatakan bahwa ketika pembeli dan penjual melakukan transaksi hingga terjadi kesepakatan, maka hal tersebut telah menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yakni bagi penjual dan pembeli. Hak konsumen dalam mendapatkan informasi berupa foto produk yang di sediakan. Informasi yang lengkap dan sesuai mengenai suatu produk juga sangat penting untuk para konsumen mengetahui kondisi sebenarnya dari barang yang akan mereka beli. Pada pembahasan penelitian tersebut juga di lampirkan beberapa sumber hukum seperti UUPK, UU Perdagangan, PP PSTE, dan PP PMSE yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki berbagai perlindungan hukum terkait produk yang tidak sesuai pada transaksi juga menunjukkan berbagai hak yang di miliki oleh para konsumen. Selain itu, dasar hukum tersebut dapat memberikan rasa aman dalam kegiatan jual beli. Juga dengan adanya dasar hukum ini maka setiap pelanggaran yang terjadi menimbulkan keharusan kepada penjual untuk memenuhi hak-hak konsumen, seperti ganti rugi.

Menurut penelitian (Fatmawati et al., 2019) berdasarkan hasil yang di dapat penulis menyatakan bahwa foto memiliki pengaruh cukup besar terhadap penjualan suatu produk. Karena konsumen cenderung akan melihat foto produk terlebih dahulu di banding yang

lain nya, karena foto produk sudah sedikit banyak menggambarkan suatu produk yang di jual. Berdasarkan hasil responden dari penelitian tersebut juga di dapat bahwa indicator tertinggi yang dilihat para konsumen adalah estetika visual dari sebuah produk. Maka semakin tinggi nilai estetika pada tersebut, maka semakin banyak para konsumen yang tertarik untuk membeli barang tersebut.

Pembahasan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fatmawati et al., 2019), dapat diketahui bahwa foto produk merupakan faktor yang sangat penting di online shop. Nilai estetikanya, pencahayaan, cara pengambilan foto, perpaduan warna produk dengan latar, semua itu sangat di perlukan jika membahas foto produk untuk promosi. Karena foto produk memberikan kesan pertama yang dapat menarik minat para pembeli sehingga terjadinya jual beli antara pembeli dan penjual meskipun tidak secara langsung (Lutfiyana & Juhana, 2024). Semakin menarik foto produk tersebut, maka semakin banyak pembeli yang dihasilkan.

Ketika terjadinya jual beli maka akan tanpa disadari bahwa adanya kesepakatan yang dibuat oleh pembeli dan penjual (Pratama, 2020). Namun sebelum terjadinya kesepakatan ini maka harus adanya hak yang di terima oleh konsumen, seperti mendapatkan informasi mengenai produk tersebut, melalui foto produk, deskripsi produk, dan banyak lagi yang bisa kita lihat untuk mengetahui tentang produk tersebut. Hal ini sangat penting agar tidak terjadinya kerugian dari salah satu pihak. Informasi tentang suatu produk seharusnya bisa diakses dengan mudah karena adanya perkembangan ternologi, tapi banyak juga orang yang memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk melakukan berbagai kecurangan (Aprilyana & Rahmawati, 2024), salah satunya menggunakan foto produk dari penjual lain untuk dijadikan foto produk miliknya tanpa izin. Hal ini selain melanggar hak cipta, juga melanggar hak konsumen untuk mengetahui informasi mengenai produk tersebut.

Kondisi seperti itu melanggar kewajiban sebagai penjual, terdapat pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Pasal 65 ayat (1) dan ayat (2), yang berbunyi “(1) setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan system elektronik wajib menyediakan data atau informasi secara lengkap dan benar. (2) pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan informasi yang sebagaimana dimaksud pada ayat (1)”. Selain itu penggunaan foto produk menimbulkan kerugian karena dicuri oleh pelaku usaha lain, selain kerugian, keresahan juga dirasakan oleh pedagang daring karena banyaknya pelaku usaha yang menggunakan foto produk penjual lain tanpa adanya izin dan lainnya. Kasus seperti ini berarti melanggar hak cipta yang diatur dalam UU Nomor 28 Tahun 2019 Tentang hak cipta.namun kebanyakan pelaku yang melakukan permasalahan tersebut tidak ingin tahu mengenai Undang-Undang yang ada.

Dengan adanya permasalahan yang sering dihadapi oleh para konsumen, maka pemerintah mengupayakan membuat perlindungan kepada para konsumen dengan adanya perlindungan hukum preventif yaitu pencegahan sebelum adanya pelanggaran dan represif yaitu penyelesaian sengketa atau setelah adanya suatu pelanggaran yang implementasi penyelesaiannya dengan jalur litigasi maupun non-litigasi seperti diatur dalam Pasal 95 UUHC. Sedangkan untuk para pedagang daring merasakan kerugian karena foto produk yang digunakan sembarangan juga dapat melakukan beberapa upaya yaitu upaya melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa fotografi produk dalam platform online shop memegang peran krusial sebagai alat promosi yang membentuk kesan pertama konsumen sebelum melakukan transaksi pembelian, namun maraknya pemakaian foto tanpa izin menyebabkan kerugian pemegang hak milik. Pembeli dan penjual memiliki hak dan kewajibannya sendiri dan dapat ditinjau dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Hak cipta termasuk dalam hak kekayaan intelektual yang memiliki dua bentuk perlindungan hukum yaitu preventif (Pasal 9) yang artinya pencegahan dan represif (Pasal 95) yang artinya penyelesaian melalui jalur litigasi maupun non-litigasi. Menurut hukum perdata (Pasal 95–99), hukum pidana (Pasal 113), dan hukum administratif sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 pelaku pencurian foto produk dapat dikenai pidana, diminta ganti rugi, dilakukan pencabutan izin usaha dan penghentian kegiatan jual beli di market place. Rendahnya kesadaran masyarakat atas hak cipta, belum adanya Lembaga Manajemen Kolektif khusus fotografi, kurangnya kolaborasi dengan mitra, dan minimnya sosialisasi UU Hak Cipta semakin memperparah praktik pelanggaran. Oleh karena itu, peningkatan edukasi hukum oleh pemerintah, penguatan koordinasi antar instansi, serta langkah proaktif pelaku usaha itu sendiri seperti memperoleh izin, menggunakan gambar domain publik, atau memproduksi foto sendiri merupakan kunci untuk menjamin perlindungan hak cipta fotografi produk secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilyana, N., & Rahmawati, D. (2024). *Lex Positivis Penyalahgunaan Foto Produk Iklan Secara Komersial*. 2(2), 270–285.
- Arum, O. S., & Hadi, H. (2021). Problematika Dalam Perlindungan Hak Cipta Atas Foto Produk Digital Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Privat Law*, 9(2), 269–280.
- Carmelia Gelora Agustina, & Arinto Nurcahyono. (2024). Perlindungan Hukum bagi Pencipta terhadap Duplikasi Foto Produk di Marketplace dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Jo. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 4(1), 369–376.

<https://doi.org/10.29313/bcsls.v4i1.9876>

- Fatmawati, Y. D., Mardani, R. M., & Arsyianto, M. T. (2019). Pengaruh Foto Produk, Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Di E-commerce Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 221–232.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Lutfiyana, S. H., & Juhana, A. (2024). Pengaruh Promosi Menggunakan Foto Produk Dalam Kegiatan Wirausaha : Systematic Literature Review. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 20(1), 105–112.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pratama, S. A. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas BarangTidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace. *2nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era*, 182–199.
- Salma, G. A., Imaniyati, N. S., & Makmur. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Pencipta Karya Fotografi Produk Online Shop Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsls.v3i1.4973>
- Tassha, C. G., Fakultas, M., Universitas, H., Kuala, S., Bintang, S., Hukum, F., & Syiah, U. (2021). *DIPUBLIKASIKAN MELALUI INSTAGRAM BERDASARKAN UNDANG UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 (Suatu Penelitian di Banda Aceh) PROTECTION OF COPYRIGHTS OF PRODUCT PHOTOS PUBLISHED THROUGH INSTAGRAM BASED ON LAW NUMBER 28 OF 2014 (A study in Banda Aceh) PENDAHULUAN P.* 5(2), 318–327.