

Menyoal Peliknya Royalti Musik



Aris Setiawan,
Etnomusikolog, pengajar di Institut
Seni Indonesia, Surakarta

Beberapa saat setelah Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 56/2021 tentang Pengelolaan Royalti Hak Cipta Lagu dan/atau Musik disahkan, Rhoma Irama, penyanyi dan pencipta lagu dangdut, kalah dalam gugatan terkait royalti lagu miliknya di Pengadilan Negeri Surabaya pada 16 April 2021.

Rhoma menggugat perusahaan Sandi Record sebesar Rp 1 miliar, karena dianggap melanggar hak cipta, memproduksi dan menunggah lagu-lagu ciptaannya ke Youtube tanpa izin. Kendatipun pihak tergugat mampu membuktikan bahwa mereka sudah membayar royalti lagu-lagu itu ke Rhoma, namun kasus ini menjadi menarik, sekaligus menunjukkan bagaimana peliknya urusan royalti lagu di negeri ini.

Kisah Rhoma dan Sandi Record hanya satu dari sekian banyak kasus serupa yang selama ini tak terbaca secara terbuka. Apabila Sandi Record adalah sebuah perusahaan rekaman resmi yang memiliki mekanisme jelas, bagaimana dengan kasus sejenis-menyanyikan ulang lagu ciptaan Rhoma yang dilakukan musisi? Bagaimana pula jika pribadi yang menyanyi di Youtube?

Masalah pelik

Dunia virtual, diwakili media sosial, adalah ruang yang tak memiliki batas. Mustahil hari ini kita menjumpai generasi milenial yang tak memiliki media sosial. Lewat platform itu mereka bisa mengekspresikan segala hal, termasuk salahsatunya dengan menyanyikan ulang lagu milik orang lain.

Di titik inilah kiranya urusan menjadi sangat kompleks apabila dikaitkan dengan persoalan royalti atau perlindungan hak cipta. Ironisnya, PP di atas, melalui Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN), justru lebih sibuk mengurus royalti di ruang publik yang bersifat komersial dibanding pada platform digital.

Pasal 3 Ayat 2 menyebutkan bahwa layanan publik yang bersifat komersial adalah; a. seminar dan konferensi komersial; b. restoran, kafe, pub, bistro, kelab malam, dan diskotek; c. konser musik; d. pesawat udara, bus, kereta api, dan kapal laut; e. pameran dan bazar; f. bioskop; g. nada tunggu telepon; h. bank dan kantor; i. pertokoan; j. pusat rekreasi; k. lembaga penyiaran televisi; l. lembaga penyiaran radio; m. hotel, kamar hotel, dan fasilitas hotel; n. usaha karaoke.

Tempat-tempat yang disebutkan

dalam pasal itu juga masih menyisakan perdebatan. Misalnya, apakah membunyikan musik di kamar hotel, lobi bank atau di kantor adalah bagian dari peristiwa komersial? Artinya, ada aspek kapitalisasi, yang dengan dibunyikan musik tertentu maka ada pemasukan atau pendapatan dari pendengar atau pengelola.

Hal tersebut berbeda dengan usaha karaoke, kafe, pub, dan kelab malam. Di tempat ini musik sengaja dihadirkan sebagai pikat utama agar publik datang dan menikmatinya. Ada niatan sedari awal mengomersialkan musik.

Belum lagi dengan musik-musik tradisi yang tidak diketahui siapa penciptanya. Di beberapa daerah di Jawa (Jawa Tengah dan Jawa Timur), melalui lembaga-lembaga kebudayaan plat merah, ada seruan agar tempat-tempat publik seperti mal, bandara, stasiun, dan terminal-tidak terkecuali di hotel, memutar gending dan gamelan.

Seruan itu bertujuan untuk memperkenalkan kembali musik tradisi yang dipandang semakin hilang tergerus zaman. Pertanyaannya, bagaimana pengaturan royalti bila dikaitkan dengan PP di atas? Kepada siapa royalti itu dibayarkan, mengingat pemain dan musisi hanya membawakan musik (gending) yang sudah ada jauh sebelum urusan hak cipta lahir.

Tak terbatas

Di saat pemerintah sibuk mengurus royalti karya musik di ruang-ruang publik, kasus pelanggaran

hak cipta di laman media digital sedang berlangsung secara membabibuta. Ini juga menjadi catatan penting, bagaimana ribet dan ruwetnya sebuah aturan apabila diterapkan di ranah virtual.

Youtube, Facebook, Instagram, dan sejenisnya, adalah wilayah publik, siapapun berhak memiliki dan mengaksesnya dengan gratis, terlepas penggunaan data internet. Apa yang terjadi apabila sebuah karya seni, tidak harus musik, bisa apapun, dibagikan di kanal-kanal itu? Bukankah siapapun bisa mengunduh dan mempergunakannya? Karena memang sedari awal platform itu, dengan penuh kesadaran, sengaja dihadirkan agar dapat diakses oleh publik seluas-luasnya.

Analogi yang sederhana: saat seorang pencipta memberikan barang ciptaannya secara gratis ke semua orang, apakah ada hak dari pencipta menuntut peruntukan dari barang tersebut? Mengingat sekali lagi, itu diberikan secara cuma-cuma dan bebas.

laku terjual. Sementara bagaimana bila hal itu diaplikasikan di media sosial, mengingat jenis, kategori, format, dan teknis pendistribusian karyanya sudah sangat berlainan? Apakah masih menyisakan ruang bagi pemegang hak cipta untuk menuntut publik yang mengunduh karyanya kemudian menyanyikan ulang?

Harus difahami bahwa selain sebagai media yang bersifat sosial karena siapapun bisa mengakses, Youtube dan sejenisnya adalah media yang sangat "individualis". Dalam artian, ada "kebebasan" untuk mengisinya dengan konten apapun, entah bernyanyi, melukis, menggambar, berteater, atau menari. Lalu saat seseorang mengisinya dengan bernyanyi atau bermusik dengan membawakan lagu yang didapatkan—dan sengaja dibagikan oleh penciptanya—secara gratis, apakah dengan demikian ia harus membayar royalti?

Bila harus membayar, bagaimana mekanisme, ukuran, teknis, dan cara penghitungannya? Urusan ini akan semakin kompleks dan ribet.

Tidak hanya itu, karena kodrat media sosial adalah dunia yang tak terbatas, satu lagu bisa dinyanyikan oleh beribu bahkan berjuta orang. Kemudian atas dasar royalti, kita seolah bisa berujar: jangan pernah menyanyikan lagu ini jika tak mau berurusan dengan hak cipta? Sungguh ironis.

Hari ini satu lagu tercipta, beberapa jam kemudian sudah dinyanyikan ulang dalam bentuk baru secara masif. Ada yang sengaja menyanyikannya—cover version—dengan digarap serius dengan mempertimbangkan tata cahaya, suara, dan videografinya, demi mendapatkan antusias publik untuk melihat, berakhir dengan pendapatan keuntungan finansial dari iklan Youtube.

Ada juga yang sekadar menyanyikannya, hanya mengisi waktu luang bersama teman-temannya. Bagaimana menerapkan regulasi hak cipta pada keduanya? Kasus Rhoma Irama yang memperkerakan lagu-lagunya di laman digital sebenarnya dapat menjadi dasar dalam merumuskan aturan yang lebih jelas dan komprehensif, demi sehat dan bangkitnya ekosistem industri musik Tanah Air. ■

