

HUKUM KONTRAK BISNIS CONTENT CREATOR

Disampaikan oleh

Dr. Noviriska, SH, M. Hum dkk



CONTENT CREATOR

orang yang membuat dan membagikan konten, seperti tulisan, gambar, video, atau suara, melalui media digital. Konten yang dibuat bisa bertujuan untuk menghibur, menginformasikan, atau menginspirasi audiens.

FUNGSI KONTRAK DALAM BISNIS CONTENT CREATOR

Kontrak melindungi dan memastikan dibayar secara adil. Namun, jangan hanya mengisi bagian yang kosong pada formulir daring dan menandatangani.

Perlu mempersiapkan diri untuk skenario terbaik dan terburuk.

- Kontrak menyatakan ekspektasi dengan jelas dan memastikan semua pihak yang terlibat dalam kolaborasi tetap pada jalurnya
- Adanya kolaborasi antar content creator
- Pembuat konten dari semua tingkat pengalaman memerlukan kontrak.
- Merek dengan program kreator yang mapan cenderung memberikan kontrak**

Klausul dalam kontrak bisnis konten creator

1. FORMAT KONTEN CIPTAKAN HASIL YANG JELAS

Misalnya Format konten dibuat dalam tiga video
TikTok unboxing, dua Outfit of the Day Reels,
dan satu panduan video YouTube.

Format konten terdiri dari :

a. Durasi

setiap klip video atau audio berapa durasi yang akan dipromokan

Jika berupa Reel, durasinya mungkin beberapa detik, sedangkan video YouTube berdurasi beberapa menit.

b. Visual

Beberapa merek untuk memulai kolaborasi.

Dapat berupa logo, filter bermerek, fitur produk, atau klip video.

c.Persyaratan naskah.

- produk tertentu
- Merk produk
- Beberapa merek memberi kebebasan kepada kreator, naskah yang akan dibawakan tentang produk tersebut

Contracts get brands and creators on the same page

43% of brands believe creators
could add more value
by better understanding their
requirements.



2. TENTUKAN TANGGAL, WAKTU, PROSES REVISI

a. Tanggal kick-off.

Saat kolaborasi resmi dimulai, baik itu persiapan prakolaborasi atau sesi curah pendapat.

b. Batas waktu draf konten.

Ini bukan hanya batas waktu penyelesaian karya akhir; atau tahapan awal.

Kapan storyboard harus siap ? jika sedang proses kapan harus selesai?

c. Umpan balik.

Tetapkan jangka waktu tertentu bagi merek produk untuk memberikan umpan balik.

Beri waktu 48 atau 72 jam, jadi tidak dibiarkan menunggu.

d. Penyerahan konten akhir. Ini adalah saat konten yang sudah dipoles dan selesai harus berada di tangan owner produk

e. Penyerahan konten akhir.

Ini adalah saat konten yang sudah dipoles dan selesai harus berada di tangan merek produk.

f. Tanggal publikasi

Kapan konten akan ditayangkan?

Baik itu postingan blog, video, atau pembaruan media sosial, ada baiknya untuk memastikannya.

3. **KLAUSUL KETENTUAN PEMBAYARAN**

Uraikan biaya, ketentuan pembayaran, denda keterlambatan pembayaran.

a. **Tanggal pembayaran.**

Kapan pembayaran jatuh tempo? Setelah menerima konten yang disetujui? Dalam waktu 30 hari sejak diterima?

b. Pekerjaan ekstra berarti bayaran ekstra.

Terkadang, merek menginginkan sedikit tambahan daya tarik. Bagaimana pengaruhnya terhadap harga jika mereka meminta lebih?

c. Biaya tetap atau tidak tetap

Pilih pembayaran satu kali untuk keseluruhan proyek Uraikan biaya apa saja

d. Metode pembayaran.

dibayar melalui transfer bank, PayPal, atau kartu kredit?

e. Kebijakan pengembalian dana.

Jika sebuah merek memutuskan tidak ingin bekerja sama di tengah proses produksi, bagaimana ? Apakah meminta biaya pembatalan sebesar 50 persen, pembayaran penuh, atau memberi mereka pengembalian dana?

f. Batas waktu pembayaran.

Jika mengharapkan pembayaran dalam waktu 30 hari sejak tanggal penagihan, sebutkan saja.

g. Apabila pembayaran terlambat.

Jika pembayaran terlambat, apakah akan ada denda?

4. KLAUSUL KEPEMILIKAN KONTEN

tentukan siapa yang akan mendapatkan kunci kastil konten setelah kolaborasi. Dapatkah merek menggunakan konten Anda setelah kontrak berakhir? Untuk berapa lama? Apakah mereka akan membayar lebih untuk hak istimewa tersebut?

Hak kekayaan intelektual dalam kontrak:

a. Kepemilikan

Siapa yang memiliki konten tersebut?

b. Lisensi untuk penggunaan.

Mungkin si A yang memiliki konten tersebut, tetapi si A memberikan ijin ke si B selalu owner produk (lisensi) untuk menggunakannya.

c. Penggunaan ulang dan penyuntingan.

Dapatkah produk merek menambahkan gaya mereka ke dalam video ? Tetapkan batasan tersebut di awal agar konten tidak berubah menjadi sesuatu yang tidak dapat dikenali.

d. Promosi dan promosi.

e. Durasi penggunaan.

f. Menjual kembali atau mengalihkan hak .



5. KLAUSUL EKSKLUSIVITAS

Klausul eksklusivitas menentukan apakah dapat bekerja sama dengan merek pesaing atau tidak.

Klausul ini sering muncul dalam kontrak pembuatan konten tradisional. Klausul non-eksklusivitas menjamin tidak terikat hubungan yang membatasi dengan satu klien.

6. **KLAUSUL KERAHASIAAN**

- Klausul kerahasiaan menentukan apa yang dapat dan tidak dapat dibagikan oleh kreator tentang kemitraan tersebut.
- Beberapa merek mungkin tidak mengizinkan konten creator untuk membahas kolaborasi tersebut sama sekali. Mereka mungkin meminta untuk menandatangani perjanjian kerahasiaan (NDA).

7. KLAUSUL PEMUTUSAN KONTRAK

- Menetapkan alasan pemutusan kemitraan
- Uraikan apa yang terjadi jika salah satu pihak ingin mengakhirinya lebih awal.
- Masukkan ketentuan klausul dari periode pemberitahuan hingga ketentuan pengembalian uang, sehingga semua orang tahu cara keluar dari kontrak dengan sopan.

8. **KLAUSUL PENYELESAIAN SENGKETA**

Jika terjadi perselisihan tentang pemutusan hubungan kerja, bagaimana cara menyelesaikannya? baik secara non litigasi (konsultasi, mediasi dan negosiasi) maupun litigasi

- ❑ Dengan kontrak, **PARA PIHAK** memahami apa yang harus dilakukan, kapan mereka perlu melakukannya, dan bagaimana mereka akan mengukur keberhasilan.



- ❑ Kontrak menetapkan ekspektasi yang jelas bagi semua pihak yang terlibat dalam kolaborasi.

Kontrak memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang sama.

Kontrak juga menguraikan masalah hukum, seperti siapa yang memiliki konten, cara menangani perselisihan, dan cara melindungi kepentingan PARA PIHAK.



**Thanks for
Your
Attention**