

**LAPORAN PELAKSANAAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
MADRASAH ALIYAH NEGERI ( MAN ) 13  
JAKARTA SELATAN**



**Tema :**

**Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau dari  
Hukum Bisnis**

**Disusun Oleh :**

- |   |             |
|---|-------------|
| 1. Dr. Dwi Atmoko, S.H.,M.H.,M.Kn               | 0316077604  |
| 2. Dr. Noviriska,S.H.,M,Hum                     | 032 5117405 |
| 3. Dr. Sugeng, SH, M.H., M.Hum                  | 0304027301  |
| 4 Indra Lorenly Nainggolan                      | 0326078904  |
| 5. Heru Siswanto, S.H., M.Kn.                   | 0302058801  |
| 6. Jantarda Mauli Hutagalung, S.H., S.Pd.I, M.H | 0308018202  |
| 7. Ahmad Baihaki ,S.H.I.,M.H.                   | 0324017702  |

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. **Judul Pengabdian Kepada Masyarakat :**

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau Dari Hukum Bisnis

Bidang Ilmu : Ilmu Hukum

2. Para Pelaksana :

**(Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar : Dr. Noviriska, S.H., M.Hum
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. NIDN : 0325117405
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jabatan : Dosen
- f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum
- g. alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

**( Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar : Dr.Dwi Atmoko, S.H., M.H., M.Kn.
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. NIDN : 0316077604
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jabatan : Dosen
- f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum
- g. Alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

**(Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar : Dr. Sugeng,S.H,M.H,M.Hum
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. NIDN : 0304027301
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jabatan : Dosen
- f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum
- g. Alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

**(Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar: Indra Lorenly Nainggolan,S.H.M.H
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. NIDN : 0326078904
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jabatan : Dosen
- f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum
- g. Alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

**(Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar : Heru Siswanto,S.H.M.Kn
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. NIDN : 0302058801
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jabatan : Dosen
- f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum
- g. Alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

**(Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar : Jantarda Mauli Hutagalung,S.H.,S.Pd.I,M.H
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. NIDN : 0308018202
- d. Jabatan Fungsional : Lektor
- e. Jabatan : Dosen

- f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum  
g. .alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

**(Narasumber)**

- a. Nama Lengkap & Gelar : Ahmad Baihaki,S.H.I.,M.H.  
b. Jenis Kelamin : Laki-Laki  
c. NIDN : 0324017702  
d. Jabatan Fungsional : Lektor  
e. Jabatan : Dosen  
f. Fakultas/Program Studi : Hukum/Ilmu Hukum  
g. Alamat Kantor/TelpFax/E-mail: Jl. Raya Perjuangan , Marga Mulya, Bekasi

Panitia PKM Mahasiswa Fakultas Hukum :

1. Nur Komariah Ramadhani
2. Chairunnisa Oktaviani
3. Amanda Tri Hapsari
4. Lidya Novega
5. Diah Narima Ambarrini
6. Jerry Kusuma Jaya
7. Rindra
8. Agus Budiwaluyo
9. Dewi Kamiliya Tunisa
10. Restu Adi Saputra
11. Wawan Kurniawan
12. . Ridzki Budiman
13. Muhamad Fahry Faozan
14. Mohammad Iqbal
15. Batara Lumbantoruan

3. Lokasi Pengabdian : MAN 13 Jakarta Selatan  
: -
4. Waktu Pelaksanaan PKM :  
Tanggal 15 April 2025 dan dilaksanakan pukul 13.00 WIB -15.00 WIB

Jakarta, 18 April 2025

Dekan



Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum

NIP : 2406650

Ketua Panitia

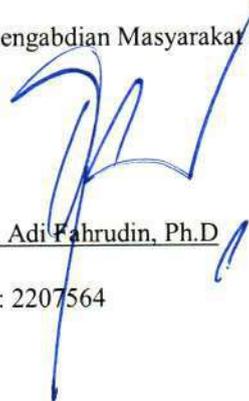


Dr. Dwi Atmoko, S.H., M.H., M.Kn

NIDN : 0316077604

Mengetahui,

Kepala Lembaga Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Publikasi



Prof. Adi Fahrudin, Ph.D

NIP : 2207564

## **ABSTRAK**

Pada saat ini teknologi sangat berkembang Survey menemukan bahwa content creator adalah pekerjaan impian baru bagi anak-anak di masa depan. Namun, perlu diingat bahwa anak-anak harus memahami secara menyeluruh tentang kesulitan dan peluang yang ditawarkan oleh content creator, mereka akan memiliki pemahaman yang mendalam tentang konsep literasi digital saat mereka benar-benar bekerja sebagai pembuat konten. Penyuluhan hukum terkait content creator kepada para siswa MAN 13 adalah sebagai bentuk tanggung jawab dosen hukum dalam menyampaikan informasi terhadap profesi tersebut, yang dimana perlindungan hukum dari segi bisnis sangatlah diperlukan.. Kendala infrastruktur dan aksesibilitas dalam mengoptimalkan media digital; Kurangnya keterlibatan dan dukungan serta peluang industri digital; Kurangnya kesadaran karir di bidang industri digital; Serta kurangnya pengembangan softskill. Fokus dan tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menumbuhkan kreativitas dan keterampilan digital dengan pengembangan kemampuan content creator di kalangan siswa MAN 13 Jakarta Selatan. Target luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan peningkatan daya saing siswa MAN 13 Jakarta dalam keterampilan digital dan kreativitas melalui pengembangan kemampuan content creator, yang diukur melalui monitoring dan evaluasi pasca kegiatan

**Kata Kunci: Kreatifitas Siswa , Content Creator, Hukum Bisnis**

## **ABSTRACT**

At this time, technology is very advanced. Surveys have found that content creators are a new dream job for children in the future. However, it should be remembered that children must fully understand the difficulties and opportunities offered by content creators, they will have a deep understanding of the concept of digital literacy when they actually work as content creators. Legal counseling related to content creators to MAN 13 students is a form of responsibility of law lecturers in conveying information about the profession, where legal protection in terms of business is very much needed. Infrastructure and accessibility constraints in optimizing digital media; Lack of involvement and support and opportunities for the digital industry; Lack of career awareness in the digital industry; And lack of soft skill development. The focus and purpose of this community service activity is to foster creativity and digital skills by developing content creator abilities among students of MAN 13 South Jakarta. The target output resulting from this community service activity is to increase the competitiveness of MAN 13 Jakarta major students in digital skills and creativity through the development of content creator abilities, which is measured through post-activity monitoring and evaluation

**Keywords: Student Creativity, Content Creator, Business Law**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	5
ABSTRAK	6
DAFTAR ISI	8
BAB I PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Pengabdian Masyarakat	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
BAB III METODE PENELITIAN	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
A. Kreativitas Siswa Sebagai Content Creator	19
B. Perlindungan Hukum Bisnis Terhadap Pelaku Usaha Content Creator	20
BAB V PENUTUP	24
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya teknologi di era globalisasi tentu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini. Seluruh informasi yang berasal dari berbagai belahan dunia dapat diketahui dengan sangat cepat seiring dengan berkembangnya teknologi. Dengan hadirnya teknologi, masyarakat seolah dimanjakan untuk melakukan berbagai kegiatan. Adanya teknologi juga membuat yang jauh menjadi terasa dekat. Teknologi telah merubah pola dan sistem kehidupan sosial masyarakat. Teknologi telah memberi dampak besar terhadap kehidupan sosial masyarakat saat ini. Berkembangnya teknologi turut pula menghadirkan berbagai kemajuan di bidang teknologi dan informasi. Hal ini ditandai dengan hadirnya *smartphone* dan internet. Dengan adanya *smartphone* dan internet, berkomunikasi menjadi semakin mudah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh perusahaan media asal Inggris, *We Are Social*, menyatakan bahwa saat ini masyarakat semakin mengandalkan internet dan menghabiskan lebih banyak waktu di dunia maya sejak pandemi Covid-19 melanda dunia (Conney Stephanie, 2021).

Hal ini sangat relevan dengan adanya laporan dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet (APJII) mengenai Profil Internet Indonesia 2022 yang dirilis pada tanggal 9 Juni 2022. Dalam laporan tersebut disebutkan bahwa penetrasi internet di Indonesia saat ini sudah sebesar 77,02% pada tahun 2021-2022. Rasio pengguna internet apabila dibandingkan dengan jumlah

penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat dari sebesar 64,8% di tahun 2018 lalu naik menjadi sebesar 73,7% pada tahun 2019-2020. Peningkatan internet tertinggi masih terpusat di Pulau Jawa dengan persentasenya sebesar 43,92% (Cindy Mutia Annur, 2022). Hadirnya internet juga ikut melahirkan berbagai media sosial yang dapat digunakan oleh masyarakat. Beberapa media sosial yang cukup dikenal di masyarakat adalah facebook, twitter, whatsapp, Instagram, telegram, line dan yang terbaru adalah aplikasi tiktok.

Hasil laporan yang berjudul “Digital 2021: The Latest Insight Into The States of Digital” yang diterbitkan pada tanggal 11 Februari 2021 oleh perusahaan We Are Social bekerjasama dengan Hottsuite, menyatakan bahwa orang Indonesia akan menghabiskan waktu rata-rata dalam mengakses media sosial selama 3 (tiga) jam 14 (empat belas) menit sehari. Dimana pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta jiwa dari total populasi di Indonesia yang berjumlah 274,9 juta jiwa. 170 juta Artinya pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2021 setara dengan 61,8% dari total populasi yang ada. Bahkan dalam hal kecanduan media sosial, Indonesia merupakan negara yang berada di peringkat sembilan (Conney Stephanie, 2021). Berdasarkan laporan tersebut juga dipaparkan bahwa terdapat lima aplikasi yang paling sering digunakan oleh pengguna berbasis Android di Indonesia diantaranya adalah WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok dan Twitter (Conney Stephanie, 2021). Hadirnya media sosial juga ikut melahirkan orang-orang kreatif. Dengan adanya kreativitas, hadir pula profesi baru di kalangan para remaja yakni sebagai content creator. Apabila dahulu profesi content creator dinilai sebagai profesi yang hanya dapat dicapai oleh kalangan tertentu seperti artis atau influencer yang

telah dikenal di masyarakat, saat ini nyatanya tidak seperti itu lagi. Semua kalangan dapat menjadi content creator selama ia memiliki media sosial dan tingkat kreativitas yang tinggi. Saat ini sudah banyak sekali konten yang bermunculan. Kalau dahulu konten hanya didominasi tentang kegiatan artis-artis ibukota dan influencer saat ini masyarakat biasa pun dapat menjadi seorang content creator hanya dengan mendokumentasikan kegiatan atau tempat-tempat yang dikunjungi. Bahkan saat ini pembuatan konten juga merambah kedalam permasalahan keluarga bahkan menceritakan mengenai mainan anak-anak. Tingkat kreativitas yang tinggi. Content creator adalah kegiatan dalam membuat gambar, video, dan tulisan yang berupa konten yang kemudian disebarluakan melalui berbagai platform media sosial. Tugas dari content creator sendiri adalah mengumpulkan ide dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Misalnya untuk tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi untuk kemudian menyesuaikannya dengan platform yang dipilih(Sundawa & Trigartanti, n.d.).

Beberapa waktu yang lalu terakhir, masyarakat dihebohkan dengan viralnya video-video yang beredar di media sosial TikTok yang menunjukkan wawancara hingga aksi para remaja yang berkumpul di Kawasan Dukuh Atas. Para remaja tersebut diketahui berasal dari wilayah Depok, Citayam hingga Bojong Gede, Kabupaten Bogor. Dalam video yang viral tersebut terlihat aksi para remaja yang berasal dari Depok, Citayam dan Bojong Gede mengenakan berbagai mode pakaian dengan gaya fashion kekinian dan berlenggak-lenggok bak model. Selain itu terdapat aksi yang cukup menghibur terkait aksi wawancara yang dilakukan oleh para remaja

tersebut. Dengan viralnya video-video tersebut, istilah ‘Citayam Fashion Week’ mulai dikenal di masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk perlindungan Hukum siswa sebagai Content Creator ditinjau dari Hukum Bisnis di MAN 13 Jakarta Selatan ?
2. Apa faktor faktor yang menjadi penyebab munculnya pelaku usaha Content Creator yang dilakukan para remaja terutama tingkat SMK atau MAN di wilayah kota , khususnya di wilayah Jakarta Selatan ?

## **1.3 Tujuan Pengabdian Masyarakat**

Kegiatan penyuluhan kesehatan ini merupakan salah satu upaya untuk merealisasikan program pengabdian masyarakat dari Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Berdasarkan rumusan permasalahan, maka tujuan penyuluhan ini adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan tentang perlindungan hukum terkait Content Creator di lingkungan sekolah , khususnya di MAN 13 Jakarta Selatan
2. Meningkatkan kesadaran siswa mengenai pentingnya kreatifitas terkait Content Creator dan variasi terkandung didalamnya sebagai ladang usaha.

## **1.4 Manfaat Pengabdian Masyarakat**

### **1. Siswa**

Kegiatan penyuluhan ini dapat memberikan bekal pengetahuan sehingga nantinya para siswa akan terhindar dari gugatan hukum terkait content creator. Para siswa ini diharapkan akan menjadi *agen of change* dalam hal media digital baik dalam keluarga maupun anggota masyarakat

lainnya. Sehingga penyuluhan ini juga dapat berkontribusi dalam mendukung pencapaian peningkatan derajat kesejahteraan masyarakat.

## **2. Pihak Sekolah**

Pengabdian masyarakat ini sangat berguna dan merupakan salah satu bentuk pembinaan bagi siswa sekolah dalam meningkatkan kemampuan sebagai Content Creator.

## **3. Instansi Terkait**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat meningkatkan eksistensi Fakultas Hukum ke tengah-tengah masyarakat, khususnya bagi para siswa SMPN 154 peserta penyuluhan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Sejak adanya aplikasi media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram pada smartphone semakin mengubah cara pandang manusia terhadap kehidupan sosial maupun lingkungan sekitar. Cara berinteraksi dan bersosialisasi pun berubah, karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana basabasi atau ngerumpi, tapi telah menjadi jaringan komunikasi yang kompleks dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Para pengguna media sosial melakukan interaksi dengan keluarga yang jauh, menjaga silaturahmi dengan teman, mendapat pasangan hidup, hingga mempromosikan dan menjual produk melalui media sosial (Rohma et al., 2020). Hal ini relevan dalam era digital saat ini, di mana produksi konten edukatif yang menarik dan bermanfaat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran dan pendidikan. Hal ini berkaitan pula dengan pemahaman mengenai dunia digital diantara siswa sebagai peserta didik dan juga guru di sekolah, salah satunya perbandingan peserta didik dan guru yang memiliki perbandingan cukup jauh, membuat peserta didik diharuskan untuk meningkatkan prestasi pembelajaran. Peserta didik dapat meningkatkan prestasi mereka dengan bantuan dari teknologi yang canggih sebab mereka dapat menguasai teknologi yang berkembang pada saat ini, akibatnya peserta didik mampu untuk meningkatkan prestasi pembelajaran (Setyaningsih, 2023). Harapan besar tertanam pada peserta didik agar bisa membuat Indonesia lebih maju, salah satunya adalah dengan kreatifitas yang dikembangkan selama jenjang pendidikan. Metode pembelajaran pada akhir-akhir ini lebih banyak dijumpai dengan video pembelajaran, akan tetapi hal ini dianggap kurang efektif karena video pembelajaran hanya bisa dilihat dan didengar. Video merupakan media elektronik yang mampu menggabungkan teknologi audio dan visual secara bersama sehingga menghasilkan suatu tayangan

yang dinamis dan menarik (Nurwahidah et al., 2021). Maka dari itu, banyak guru yang berimprovisasi mengenai video pembelajaran dengan cara mengajak peserta didik untuk ikut berkeaktifitas dalam pembuatan sebuah konten video. Di era modern saat ini mengharuskan siswa untuk memiliki kemampuan kreatif. Fitriyantoro & Prasetyo (2016) mengemukakan bahwa ada enam faktor yang berhubungan dengan kreativitas individu, yaitu 1) kemampuan melihat masalah dari perspektif yang berbeda, kemampuan menyelaraskan ide dengan masalah yang ada, kemampuan membujuk orang lain dan keterampilan intelektual lainnya, 2) pengetahuan tentang masalah yang ada 3) keragaman pola pikir, 4) motivasi individu untuk melakukan sesuatu, 5) dukungan lingkungan untuk pengembangan ide-ide baru dan 6) kepribadian individu meliputi situasi seperti: Saya berani mengambil risiko, mengatasi rintangan dan bekerja keras (Putri & Alberida, 2022). Berpikir kreatif merupakan cara yang dilakukan oleh siswa/i untuk mendapatkan ide baru yang kreatif dan edukatif. Kemampuan kreatif dapat menjadi suatu keunggulan bagi siswa/i dalam melahirkan inovasi-inovasi baru yang mengedepankan nilai-nilai positif. Melalui kreatifitas ini menjadikan kehidupan siswa/i menjadi lebih bermakna, karena kreatifitas sebagai salah satu pondasi agar siswa/i mampu menyelesaikan masalah, mampu berfikir out of the box, dan menjelajah sesuatu hal yang baru.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Dalam pengabdian masyarakat mengenai "Kreatifitas Siswa sebagai content Creator Pada Media Sosial ditinjau Dari Hukum Bisnis", berbagai metode penelitian dapat diterapkan untuk mendapatkan wawasan yang holistik Analisis kebijakan akan memeriksa peraturan dan pedoman yang ada, serta mengidentifikasi kelemahan dalam kerangka kebijakan yang ada. Dari hasil analisis ini, peneliti dapat membuat rekomendasi untuk perbaikan kebijakan yang lebih baik, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan perlindungan siswa terhadap jajanan yang beredar di lingkungan sekolah.

. Dengan menggunakan penyuluhan ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana aspek hukum perlindungan hukum bisnis terhadap content creator dapat diterapkan secara efektif untuk memastikan perlindungan yang optimal terhadap pembuatan content creator di lingkungan sekolah. Untuk itu, kami berupaya untuk memfasilitasi para siswa di MAN 13 Jakarta Selatan untuk senantiasa mampu menciptakan konten yang kreatif dan tentunya mereka dapat menjadi konten creator yang professional di tengah kuatnya disrupsi teknologi seperti saat ini. MAN 13 Jakarta Selatan terletak di tengah pemukiman masyarakat yang cukup aman, tenang, jauh dari pusat keramaian, pasar, mall, terminal, maupun tempat hiburan. Berdasarkan latar belakang pendidikan dan penghasilan orangtua siswa, pada umumnya orangtua siswa termasuk pada golongan ekonomi menengah ke bawah. Namun semuanya itu tidak menjadi hambatan untuk berkembangnya pendidikan di sekolah ini. Siswa-siswa MAN 13 Jakarta Selatan sering kali berada di tahap perkembangan yang krusial dalam kehidupan mereka, di mana mereka mulai mengeksplorasi identitas, membangun

hubungan sosial, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana berinteraksi dan berbagi jenis konten. Dalam konteks ini, pemahaman tentang pentingnya membuat konten kreatif menjadi faktor yang sangat relevan. Namun, pengetahuan Siswa-siswa MAN 13 Jakarta Selatan mengenai konten kreatif mungkin bervariasi. Sebagian siswa mungkin telah sadar dan mampu membuat konten dalam berbagai media sosial. Ada juga kemungkinan bahwa sebagian siswa belum sepenuhnya mampu bagaimana menciptakan sebuah konten yang kreatif di media sosial.

kesehatannya. Abdimas ini berlokasi dan beralamatkan pada Jalan H. Syukur, Lenteng Agung Jakarta Selatan. Waktu kegiatan dilakukan mulai dari bulan Maret 2025 2025 Sampai April 2025. Berikut ini peneliti jabarkan secara garis besar waktu dan kegiatan Abdimas yang sudah dan akan dilaksanakan.

**Shedule Abdimas**

<b>Kegiatan</b>	<b>Tahun 2025</b>							
<b>Bulan</b>	Februari				April			
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4
Rapat Rencana Kerja								
Bimbingan								
Workshop								
Seminar								
Penyusunan Laporan								
Penyelesaian Laporan								
Pengumpulan Laporan								

## BAB IV

### HASIL & PEMBAHASAN

#### A. Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi Negara yang maju. Didalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi, dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera, dan kreatif. Ekonomi kreatif menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam sebuah pengembangan yang berawal dari gagasan, ide dan pemikiran. Ke depannya, diharapkan SDM ini mampu menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual. Profesi yang mengharuskan seseorang untuk memiliki daya kreativitas tinggi adalah wirausahawan. Maka pengembangan ekonomi kreatif ini secara tidak langsung mengarahkan dan mencoba untuk menciptakan wirausaha-wirausaha (*entrepreneur*) yang handal dalam berbagai bidang. Alasan mengambil tema pengabdian kepada Masyarakat ini, yaitu mengambil *content creator* karena saat ini belum banyak siswa yang secara khusus membahas bagaimana keberadaan dan aktivitas *content creator* di media sosial, terutama dalam perspektif Hukum Bisnis yang dapat berdampak dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan bagi usaha atau pelaku di media sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Konten adalah informasi yang tersedia melalui media maupun produk elektronik. Sedangkan menurut Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) dalam kutipan yang ditulis Finy F. Basarah dan Gustina, juga menjelaskan pengertian konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media. Profesi *content creator* saat ini semakin dilirik oleh generasi muda karena bertolak belakang dengan definisi 'bekerja' yang tradisional.

## **B. Perlindungan Hukum Bisnis Terhadap Pelaku Usaha Content Creator**

Dahulu rutinitas bekerja identik dengan datang ke kantor, berbisnis barang dan jasa, atau bekerja sebagai profesional di berbagai bidang. Saat ini, bekerja bisa dilakukan dari manapun dan kapanpun. Aktivitas berlibur bahkan bisa dijadikan konten dan dicarikan sponsorsistem kerja yang dinamis dan tidak monoton inilah yang disukai oleh generasi muda generasi muda saat ini lebih suka memiliki pekerjaan yang memberi kebebasan waktu serta keleluasan berpikir kreatif Content creator, youtuber, dan influencers sudah sangat sering diperbincangkan dalam percakapan sehari-hari. Sejumlah profesi yang tergolong baru ini makin sering dilirik oleh kaum muda, karena dianggap menyenangkan, fleksibel, dan menjanjikan pendapatan yang tinggi. Menurut Huotari, dkk (2015:372) Content creator merupakan kegiatan dalam menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarakan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial Instagram Content creator adalah orang yang membuat suatu konten, nantinya konten tersebut akan dibagikan ke berbagai media sosial terkenal, seperti Instagram, YouTube atau Facebook Content creator merupakan istilah yang mencakup sejumlah profesi. Sesuai makna harfiahnya, content creator adalah mereka yang membuat konten secara kreatif untuk berbagai platform. Seorang content creator bisa membuat konten berupa video panjang untuk YouTube, podcast untuk Spotify, foto-foto estetik untuk Instagram, tweet untuk Twitter, video pendek untuk Tik Tok, dan lain-lain. Secara singkat, content creator adalah orang kreatif yang bisa menyampaikan pesan atau kampanye tertentu dengan menarik melalui media sosial.

Meski sudah banyak artis dan public figure yang sukses menjadi content creator di tanah air, kenyataannya masih cukup banyak orang yang belum paham etika dan dampak dari pesan di media sosial dari berbagai berita yang beredar, kita dapat dengan mudah menemui kasus YouTuber dan influencer yang dihujat, dirisak, bahkan dicitrak oleh aparat berwenang karena melakukan hal-hal yang melanggar norma. Fenomena ini menunjukkan bahwa sesungguhnya dibutuhkan kemampuan dan skill khusus untuk terjun ke dunia kreatif ini memahami etika media, mempelajari skill pembuatan konten kreatif, dan membangun network dengan praktisi di industri terkait adalah beberapa hal yang wajib dimengerti oleh seorang content creator hal itu tentunya tidak bisa didapatkan dalam satu atau dua hari, dibutuhkan waktu yang tidak singkat untuk menguasai itu semua. Content creator juga banyak dimanfaatkan oleh pelaku pasar dalam bidang kecantikan untuk mempromosikan brand nya, dengan adanya konten creator yang mempromosikan brand di reel instaram sangat memiliki banyak keuntungan karna mampu meningkatkan penjualan dengan membangun kepercayaan akan merek. Motivasi generasi muda dapat berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan. Istilah motivasi memiliki arti daya gerak dalam diri seseorang yang akan mengarahkan suatu perilaku yang didalamnya terkandung unsur – unsur emosional dari diri generasi muda. Tujuan motivasi generasi muda mengarah pada perbuatan untuk mewujudkan cita – cita dengan cara menyeleksi perbuatan yang generasi lakukan yang demi tercapainya yang diinginkan dan mengenyampingkan sesuatu hal yang dapat menghalangi cita – cita tersebut.

Seseorang generasi muda yang memiliki motivasi yang tinggi maka dia akan belajar untuk menggapai keinginannya dari anak muda tersebut. Selain memerlukan motivasi anak muda ada hal lain yang penting dan berkaitan erat dengan motivasi yaitu inspirasi. Apabila generasi memiliki semangat motivasi yang kuat akan

memunculkan suatu inspirasi begitu juga sebaliknya inspirasi dapat menjadikan sebuah motivasi bagi generasi muda untuk mencapai tujuannya. Inovasi lahir dari kreativitas kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir alternatif gagasan baru yang berguna.

Kreatif adalah sifat yang selalu mencari hal-hal baru sedangkan inovatif adalah sifat yang menerapkan solusi kreatif. Jadi kreatif tapi tidak inovatif adalah hal yang mubazir (Rusli, 2017). Istilah inovasi selalu diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli para ahli inovasi adalah jantung atau pusat aktivitas dari setiap perusahaan karena inovasi berperan penting pada kelangsungan perusahaan, serta Manajemen dari semua aktivitas antara lain proses pembentukan ide, pengembangan teknologi, proses pabrikan, dan pemasaran atas produk baru atau produk yang dikembangkan. Menurut Drucker (2012), Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat dipresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan dipraktikkan. Inovasi adalah perubahan metode atau teknologi bersifat positif yang berguna dan berangkat dari cara-cara yang sudah ada sebelumnya dalam melakukan sesuatu. Di sadari menurunnya jiwa idealisme, patriotisme, dan nasionalisme di kalangan masyarakat termasuk generasi muda.

Kekurangpastian yang dialami oleh generasi muda terhadap masa depannya belum seimbang antara jumlah generasi muda dengan fasilitas pendidikan yang tersedia, baik yang formal maupun non formal. Tingginya jumlah putus sekolah yang diakibatkan oleh berbagai sebab yang bukan hanya merugikan generasi muda sendiri, tetapi juga merugikan seluruh bangsa. Kurangnya lapangan kerja /

kesempatan kerja serta tingginya tingkat pengangguran /setengah pengangguran di kalangan generasi muda dan mengakibatkan berkurangnya produktivitas nasional dan memperlambat kecepatan laju perkembangan pembangunan nasional serta dapat menimbulkan berbagai problem sosial lainnya. Maka dari itu generasi yang lebih tua memberikan kesempatan pada generasi muda untuk menyampaikan ide dan pendapatnya.

Generasi muda juga perlu memberanikan diri untuk mengemukakan pendapat yang inovatif dengan tutur kalimat yang sopan tentunya. dengan adanya seorang konten creator mampu memberikan inspirasi kepada generasi muda untuk menyalurkan bakat melalui platform digital, menunjukkan peluang karir bagi para kaum milenial sebagai content creator. Penggunaan media sosial oleh kalangan remaja memberikan peluang besar untuk konten kreator berkreasi dengan menjadikannya sebagai ladang bisnis. Ladang bisnis dalam era digital tidak terlepas dari modifikasi berbagai konten yang ada dalam dunia media sosial. Dunia media sosial disemarakkan dalam beberapa bidang yakni game, entertainment, fashion, food, lifestyle, automotive, dan lain-lain. Penyebaran beberapa konten atau materi seorang konten kreator terletak dari pengguna atau sasaran dalam hal ini kalangan remaja. Kalangan remaja yaitu masa remaja yang memiliki umur belasan tahun. Umur belasan tahun dalam hal ini tidak dapat dikatakan dewasa maupun anak-anak. Umur belasan tahun memiliki ketertarikan terhadap hal baru terutama dalam hal media digital. Media digital yang dikemas secara menarik merupakan hal mutlak untuk dapat dilirik dan digandrungi oleh banyak orang. Hal itulah yang memberikan peluang bisnis generasi milenial untuk menjadi konten kreator pada media sosial.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **a. Kesimpulan**

Para remaja sekarang selain canggih mengoperasikan HP Android dengan bagus dan juga bisa mengoperasikan Komputer sangat piawi dan juga dalam bekerja sering pindah pindah pekerjaan, dari tempat satu ke tempat lain, paling lama dalam bekerja dalam satu pekerjaan hanya bertahan setahun dengan kepindahan dari satu tempat ke ke tempat lain karena Para pemuda dan karangtaruna tidak menikmati pekerjaan dan merasa tidak nyaman Berpindah pindah pekerjaan tidak boleh dianggap gampang, karenakan pemilik bisnis bertanggungjawab untuk menyelesaikannya, generasi yang sering berpindah-pindah pekerjaan adalah disinyalir generasi milenial. mengenai karakteristik kepribadian generasi milenial industry kreatif yang dapat menciptakan peluang usaha dan sangat keterbatasan literasi tentang konten yang telah dibuat dan dampaknya. Pada siswa MAN 13 Jakarta Selatan diperkenalkan penyuluhan hukum terkait Content Creator dimana ada perlindungan hukum terhadap bisnis terkait bisnis tersebut sehingga diharapkan bisa lebih waspada dalam menjalankan usahanya nanti.

#### **b. Saran**

Perlunya pelatihan dan penyuluhan terkait Content Creator merupakan langkah kegiatan literasi digital, pada generasi milenial pemuda dan siswa sekolah dalam memakai media social secara efisien dan bijak juga tetap menjalankan etika dengan baik. Guna menjadi individu pengembang konten yang handal, ketrampilan desain grafis, satu-satunya alat yang dibutuhkan dalam membuat konten. Perkembangan industry mewajibkan pemakaian media social sebagai wadah penyebaran informasi, keterlibatan

pengguna dan pembuatan konten. Membuka jalan untuk mendapatkan penghasilan. Bagaimana tenaga kerja ini bisa memakai computer internet, serta memakai media sosial dalam pemakaian program contoh Microsoft Office. Ini sebagai titik awal untuk pengembangan inovatif individu caontoh dalam pelatihan desain memakai Canva saat ini, untuk menghabiskan waktu sebagai pencipta konten. Pengembangan desain bisa membantu individu guna memperoleh pekerjaan di industry kreatif contoh pembuatan poster, kaos serta media cetak yang lain. Dalam dunia kerja perkembangan teknis contoh desain grafis bisa membantu banyak guna mendapatkan pekerjaan dan bisa mengembangkan bisnisnya sehingga asetnya bertambah terus.

## DAFTAR PUSTAKA

Irum. 2016. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Rumah Pada Perumahan D, Cassablanca Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 2, 2016: 590-604. ISSN 2355-5408 <https://www.denpasarkota.go.id>Juniawati,

*Anak Sekolah*. Penerbit Andi.

Adiristi, S. P., & Hermawan, Y. (2022). Strategi Bertahan Usaha Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1>

Alexandro, R., Uda, T., & Pane, L. L. (2020). *Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah*. 6(1), 11–25.

Aprilia, R. (2019). Pengaruh Literasi Informasi Dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Uasaha Kuliner Di Kota Makassar). *Gastrointestinal Endoscopy*, 10(1), 279–288.

Ayang, T., & Sugiati, M. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Trzy Coffee Bogor. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 06, 46–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i1.256>

Choirunissyah, N. (2019). *Penerapan Content Creator Pada Produk Kuliner Dalam Membangun Customer Engagement (Studi Pada Content Creator Paradista Coffee Malang)*. Academia.

Curatman, A. (2022). Peran Interaksi Pelanggan pada Komunitas Sosial Media dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 34(2017), 325–327.

Faishol, M., Setiawan, J. A., Rahman, M., & Ghozali, M. L. (2023). Bekerja Sebagai Konten Kreator Youtube Menurut Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 4128–4134.

Hamdi, K., Yadewani, D., Studi, P., Informasi, S., & Komputer, F.

Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>

Hermawan, D. (2023). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 12–25.

Hilmiyah, N., Erwin Permana, Iha Haryani Hatta, & Murti Widyaningsih. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Kuliner Pada Masa Pandemi Covid - 19. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 226–245. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i2.3391>

Hindasah, L., & Akmalia, A. (2022). Pengembangan Usaha Kuliner Melalui Bazar Online Ramadhan (Bazone) Ibu-Ibu Jamaah Masjid. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian*

Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>

Kartika, A. S. (2023). Analisis Strategi Content Marketing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Akun Instagram @initempeid). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 242–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v12i02.1427>

Kartiko, C., & Monica, R. (2023). *Eksplor Makanan Lewat Media, Ini 8 Jenis Konten Kuliner Buat Para Konten Kreator*. Yoursay.Id.

Lukman, H. (2023). *Peranan Content Creator dalam Meningkatkan Brand Awareness*. 6(1), 11–18.

Mulia, A., Nasution, U., Lailikhatmisafitri, I., & Marbun, P. (2021). *Keberhasilan Usaha Kuliner Dilihat Dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan ( Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet ) The Success Of Culinary Business as Seen From Entrepreneurial Characteristics and Knowledge Factors ( Case Study of Penyet*. 3(3), 1219–1229. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Berikut adalah tabel rundown acara workshop dan seminar pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat :

### **Rundown Pengabdian Kepada Masyarakat Selasa, 15 April 2025 di**

#### **Madrasah Aliyah Negeri ( MAN ) 13 Jakarta Selatan**

1. 13.00 – 13.15 Persiapan dan murid mengisi absen hadir memasuki ruangan;
2. 13.15 – 13.20 Pembukaan oleh MC
3. 13.20 – 13.25 Pembacaan Doa
4. 13.25 – 13.30 Menyanyikan lagu Indonesia Raya Diiringi Dirigen
5. 13.30 – 13.40 Sambutan pihak MAN 13 Jakarta Selatan
6. 13.40 – 13.50 Sambutan Perwakilan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ;
7. 13.50 – 13.55 Penyerahan Goodie bag dan Plakat dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ke pihak man 13 Jakarta Selatan
8. 13.55 – 14.25 Materi pertama oleh Narasumber Dosen Dr. Noviriska, S.H., M.H.;
9. 14.25 – 14.50 Materi kedua dilanjut oleh Narasumber Diah Narima Ambarrini;

10. 14.50 – 15.00 Quiz ( Door Prize ) & Foto Bersama.

11. 15,00 - Selesai

Perlengkapan	Kategori
Tempat Acara	<b>MAN 13 Jakarta Selatan</b>
Meja dan kursi untuk peserta, panitia, dan pembicara	<b>Aula atau ruang seminar yang luas</b>
Ruang registrasi	
Perlengkapan Audio-Visual	
.Laptop atau komputer untuk presentasi	<b>Proyektor dan layar</b>
.Mikrofon (nirkabel dan/atau kabel)	
Sistem suara (speaker)	
Pointer laser	
Dokumentasi dan Publikasi	<b>Kamera foto dan video</b>

.Papan nama acara dan spanduk	
Materi presentasi dalam bentuk hardcopy dan softcopy	
Perlengkapan Panitia	<b>Daftar hadir peserta</b>
Nametag untuk panitia	

### RINCIAN PENGELUARAN BIAYA

<b>NO</b>	<b>Nama Barang</b>	<b>PCS/Pkt</b>	<b>Total Harga</b>
1	Selimut	11	550.000
2	Tumbler Biasa	8	200.000
3.	Tumbler Siswa	36	360.000
4.	Sarung Standar	4	200.000
5	Gelas Set	7	245.000
6	Snack & Air Mineral Botol	70	1.400.000
7	Buah-buahan	1 Pkt	400.000
8	Alat tulis dan Tisuee , Bingkai ,dll Jasa Sertifikat dan Spanduk	1 Pkt	500.000

9.	Kebersihan & dll	1 Pkt	200.000
	<b>Total Biaya</b>		4.055.000



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
FAKULTAS HUKUM**

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Jakarta Selatan 12550Tlp: 021-7231948  
Kampus II : Jl. Perjuangan Raya Marga Mulya Bekasi Utara Kota Bekasi Telp: 021-88955882  
Website: www.fh.ubharajaya.ac.id Email: fh@ubharajaya.ac.id

Nomor : B/136 /X/2024/FH-UBJ  
Perihal : Permohonan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Yth,  
**Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta**  
Jl. H. Syukur No. 1 RT. 01. RW.8 , Lenteng Agung Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Dengan hormat,

- Rujukan :
  - Undang-Undang No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen.
  - Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
  - Permendikbudristek No. 53 Tahun 2023 Tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi.
  - Kalender Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya T.A. 2024-2025.

- Bahwa dalam rangka proses Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Dosen Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat di Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta Dalam bentuk Penyuluhan Hukum. Bersama ini, dihadapkan Dosen Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya tersebut di bawah ini.

No.	Nama	NIDN	Jabatan
1	Dr. Noviriska, S.H., M.Hum.	0325117405	Dosen Tetap
2	Dr. Dwi Atmoko, S.H., M.H.	0316077604	Dosen Tetap
3	Dr. Sugeng, S.H., M.H., M.Hum.	0304027301	Dosen Tetap
4	Ahmad Baihaki, S.H.I., M.H.	0324017702	Dosen Tetap
5	Heru Siswanto, S.H., M.Kn.	0302058801	Dosen Tetap

- Sehubungan hal tersebut di atas, mohon kiranya kepada Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta berkenan untuk memberikan izin Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut serta memobilisasi peserta untuk ikut dalam kegiatan tersebut. Kegiatan penyuluhan direncanakan akan dilaksanakan selama 1 (satu) hari pada perkiraan bulan April – Mei 2025. Adapun tema penyuluhan sebagai berikut :

Tema : Kreatifitas Siswa Sebagai *Content Creator* Pada Media Sosial Ditinjau Dari Hukum Bisnis

Contact Person : Dr. Noviriska, S.H., M.Hum.  
No. HP : 0812-8389-5159
- Demikian untuk menjadi maklum dan atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Jakarta, 9 Oktober 2024  
Dekan Fakultas Hukum

**Prof. Dr. R. Lina Sinaulan, S.H., M.H.**  
NIP : 2401637

## SURAT JAWABAN ABDIMAS



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA JAKARTA SELATAN**  
**MADRASAH ALIYAH NEGERI 13 JAKARTA**  
Jl. Syukur Lenteng Agung Jagakarsa Jakarta Selatan 12610  
Telpon (021) 78886355 Faksimili (021) 78880805 Website : www.man13-jkt.sch.id  
NSS/NPSN : 131.131.740.004 / 20177928

Nomor : 1686/Ma.09.13/HM.00.1/10/2024  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Surat Pemberitahuan

17 Oktober 2024

Yth, Dekan Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara  
Jakarta Raya  
di  
Jakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Bedasarkan surat dari Saudara Nomor: B/138/X/2024/FH-UBJ tentang Permohonan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) Pada dasarnya kami memberikan izin atas kegiatan tersebut. Adapun waktu yang kami sediakan yaitu tanggal 15 April 2025 pukul 13.00 WIB s.d Selesai.

Demikian untuk menjadi maklum, Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



## BERITA ACARA KEGIATAN

Telah dilaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Dosen Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya bersama Mahasiswa Fakultas Hukum di Madrasah Aliyah Negeri Jakarta (MAN) 13 Jakarta Selatan, dengan detail sebagai berikut :

Narasumber Dosen : Dr. Dwi Atmoko, S.H., M.H., M.Kn  
Dr. Noviriska, S.H., M.Hum  
Dr. Sugeng, S.H., M.H., M.Hum  
Heru Siswanto, S.H., M.Kn  
Jantarda Mauli Hutagalung, S.H., S.Pd.I., M.H.  
Indra Nainggolan, S.H., M.H.  
Ahmad Baihaki, S.H.I., M.H.

Mahasiswa Fak. Hukum :

1. Nur Komariah Ramadhani
2. Chairunnisa Oktaviani
3. Amanda Tri Hapsari
4. Lidya Novega
5. Diah Narima Ambarrini
6. Jerry Kusuma Jaya
7. Rindra
8. Agus Budiwaluyo
9. Dewi Kamiliya Tunisa
10. Restu Adi Saputra
11. Wawan Kurniawan
12. Ridzki Budiman
13. Muhamad Fahry Faozan
14. Mohammad Iqbal
15. Batara Lumbantoruan

Tanggal/ Hari Kegiatan : 15 April 2025 /Selasa  
Tema Kegiatan : Penyuluhan Hukum “ Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau dari Hukum Bisnis “  
Lokasi /Tempat : Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 13 Jakarta Selatan  
Peserta : Para Siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 13 Jakarta Selatan

Jakarta, 15 April 2025

Ketua Pengusul

/ Narasumber



Dr. Dwi Atmoko, S.H., M.H., M.Kn

MAN 13 Jakarta Selatan

Kepala Sekolah



Dra. Yessy Anwar



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**FAKULTAS HUKUM**

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12140  
Tlp: 021. 27808882, 27808121  
Kampus II : Jl. Perjuangan Raya Marga Mulya Bekasi Utara Telp: 021. 88955882

**SURAT TUGAS**

Nomor : ST/ 339 /IV/2025/FH-UBJ

Tentang

**PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**  
**SEMESTER GENAP T.A. 2024-2025**

DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAYA

- Menimbang : Sehubungan dengan kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat Dosen Tetap Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, maka dipandang perlu mengeluarkan Surat Tugas.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen.  
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.  
3. Permendikbudistek No. 53 Tahun 2023 Tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi.  
4. Kalender Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya T.A. 2024-2025.

**MENUGASKAN :**

- Kepada :
- |         |  |
|---------|--|
| 1. Nama | Dr. DWI ATMOKO, S.H., M.H.                   |
| NIDN    | 0316077604                                   |
| 2. Nama | Dr. NOVIRISKA, S.H., M.Hum.                  |
| NIDN    | 0325117405                                   |
| 3. Nama | Dr. SUGENG, S.H., M.H., M.Hum.               |
| NIDN    | 0304027301                                   |
| 4. Nama | JANTARDA MAULI HUTAGALUNG, S.H., S.Pd., M.H. |
| NIDN    | 0308018202                                   |
| 5. Nama | INDRA LORENLY NAINGGOLAN, S.H., M.H.         |
| NIDN    | 0326078904                                   |
| 6. Nama | HERU SISWANTO, S.H., M.Kn.                   |
| NIDN    | 0302058801                                   |
| 7. Nama | AHMAD BAIHAKI, S.H.I., M.H.                  |
| NIDN    | 0324017702                                   |
- Untuk :
- Melaksanakan tugas pengabdian kepada masyarakat oleh Dosen Tetap pada Fakultas Hukum Semester Genap Tahun Akademik 2024-2025 berbentuk Penyuluhan Hukum dengan tema "Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau dari Hukum Bisnis", yang dilaksanakan pada  
Hari : Selasa  
Tanggal : 15 April 2025  
Waktu : 10.00 WIB – Selesai  
Tempat : Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta.
  - Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya Surat Tugas ini.
  - Melaporkan hasil kegiatan kepada Dekan Fakultas Hukum.
  - Melaksanakan tugas ini dengan penuh tanggung jawab.

Selesai.

Ditetapkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 8 April 2025  
Dekan Fakultas Hukum,

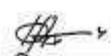
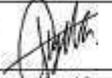
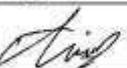
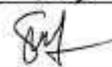


**Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum.**  
NIP. 2406650

**DAFTAR HADIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**KEGIATAN PENYULUHAN HUKUM SELASA, 15 APRIL 2025**  
**DI**  
**MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 13 JAKARTA**

NO	NAMA	ASAL SEKOLAH	TANDA TANGAN
1.	Nurraisyah Syahgita	MAN 13 JAKARTA	
2.	Prianti Qurn Mukhibo	Man 13 Jakarta	
3	Nurul Wahdima h	MAN 13 Jakarta	
4.	Annisa Rizki Jannah	MAN 13 Jakarta	
5.	Shilwiana P.	Man 13 Jakarta	
6.	Nta Sarah . P	Man 13 Jakarta	
7.	Firzhanra Rahmah	MAN 13 Jakarta	
8.	Nabila Crissa D.	MAN 13 Jakarta	
9.	Faza Iptinaan	MAN 13 JKT	
10.	Caulysta Russa Shafira	MAN 13 Jakarta	
11.	Afnanda Udzah Q	MAN 13 Jakarta	
12.	Siti Ghaida Azzahra	MAN 13 Jakarta	
13.	Ayla Shafiq Misha	MAN 13 Jakarta	
14.	Kelyca Falma Ardella	MAN 13 JAKARTA	
15.	Danin Tanisha Ahyun	MAN 13 JAKARTA	

**DAFTAR HADIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**KEGIATAN PENYULUHAN HUKUM SELASA, 15 APRIL 2025**  
**DI**  
**MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 13 JAKARTA**

NO	NAMA	ASAL SEKOLAH	TANDA TANGAN
16.	Raihano Noorneen Farzana	MAN 13 Jakarta	
17.	Kiara Anggararara S. J	MAN 13 Jakarta	
18.	Kamilah Khanza .K.	MAN 13 Jakarta	
19.	Alya Khairunnisa Ihsan	MAN 13 Jakarta	
20.	Sarah Khairunnisa Adi	MAN 13 Jakarta	
21.	Limang Sekar Aulia K.	MAN 13 Jakarta	
22.	Adhitya Rizqi Ahmadhani	MAN 13 Jakarta	
23.	Sello Tryan Syoputro	MAN 13 Jakarta	
24.	Muhammad Azka .Nafis	MAN 13 Jakarta	
25.	Alangir Amasyar Haris	MAN 13 Jakarta	
26.	Al Rasbid Ramadhan	MAN 13 Jakarta	
27.	Arba Maulana Kirom	MAN 13 JKT	
28.	Pani Rizqi Hermawan	MAN 13 Jakarta	
29.	M. Rizky Aulireno Amin	MAN 13 Jakarta	
30.	Naufal Rozan	MAN 13 Jakarta	



**DAFTAR HADIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**KEGIATAN PENYULUHAN HUKUM SELASA. 15 APRIL 2025**  
**DI**  
**MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN) 13 JAKARTA**

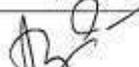
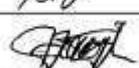
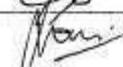
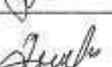
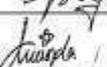
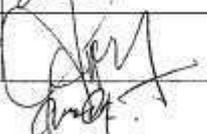
NO	NAMA	ASAL SEKOLAH	TANDA TANGAN
1	Dra. Yessy Anwar	Kepala Madrasah	
2	Sura Heryawanti, S.Pd, M.Pd	Waka Kesiswaan	
3	Ita Rahmaenti, S.Pd, M.Pd	MAN 13 Sarfas Waka Sarfas	
4	Sri Seti, S.Pd, M.Pd	MAN 13 Waka Humas	
5	Lidya Novega	FH UBHARA	
6	Nur Komariah Amadhani	FH UBARA	
7	M Fatri faozan	FH UBHARA	
8	Batara Lumbantaruhan	FH UBHARA	
9	Wawan Firmawan	FH UBHARA	
10	AGUS BUDIWALUTO	FH UBHARA	
11	DEWI KAMILIYA TUNISA	FH UBHARA	
12	Mohamad IQBAL	FH UBHARA	
13	Aidzia Budiman	FH UBHARA	
14	Amanda Tri Hapsari	FH UBHARA	
15	Jerry Kusman. Jura	FH UBHARA	
16	Chairunnisa Oktarani	FH UBHARA	
17	RESTU ADI SAPURA	FH UBHARA	

FOTO FOTO KEGIATAN ABDIMAS







# SERTIFIKAT

**SERTIFIKAT**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**PENYULUHAN HUKUM**

Diberikan Kepada :

**Ahmad Baihaki, S.H.I.,M.H.**

Narasumber

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan

MAN 13 Jakarta Selatan  
Dra. Yesly Anwar  
Kepala Sekolah



**SERTIFIKAT**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**PENYULUHAN HUKUM**

Diberikan Kepada :

**Dr. Dwi Atmoko, S.H., M.H., M.Kn.**

Narasumber

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan

MAN 13 Jakarta Selatan  
Dra. Yesly Anwar  
Kepala Sekolah











# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Amanda Tri Hapsari**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah





# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Batara Lumbantoruan**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah







# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Diah Narima Ambarrini**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan  
  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah



# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

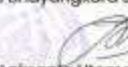
**Jerry Kusuma Jaya**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan  
  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah



# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Lidya Novega**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum

Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

Dra. Yessy Anwar

Kepala Sekolah



# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Mohammad Iqbal**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Prof. Dr. St. Laksanto Utama, S.H., M.Hum

Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

Dra. Yessy Anwar

Kepala Sekolah





# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

### Muhamad Fahry Faozan

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan  
  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah





# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

### Nur Komariah Ramadhani

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan  
  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah



 **SERTIFIKAT**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**PENYULUHAN HUKUM**

Diberikan Kepada :

**Restu Adi Saputra**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah

 **SERTIFIKAT**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**PENYULUHAN HUKUM**

Diberikan Kepada :

**Ridzki Budiman**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

  
Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

  
Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah



# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Rindra**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah



# SERTIFIKAT

## PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENYULUHAN HUKUM

Diberikan Kepada :

**Wawan Kurniawan**

Pelaksana

Kreatifitas Siswa Sebagai Content Creator Pada Media Sosial Ditinjau  
Dari Hukum Bisnis

JAKARTA, 15 APRIL 2025

Fakultas Hukum  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Prof. Dr. St. Laksanto Utomo, S.H., M.Hum  
Dekan



MAN 13 Jakarta Selatan

Dra. Yessy Anwar  
Kepala Sekolah

# Konten Kreator Muda dan Tantangan Hukum di Dunia Maya

---

Disusun oleh:  
Diah Narima Ambarrini

Universitas Bhayangkara  
Jakarta Raya





## Pendahuluan

Konten kreator adalah sebuah profesi dimana seorang individu menciptakan, mengembangkan dan membagikan sebuah informasi dalam platform digital

Konten kreator di Indonesia 17 juta orang menurut Kementerian Ekonomi Kreatif tahun 2024.  
dan 30% kelompok usia 18 - 24 tahun menurut Forbes.

## Profesi Konten Kreator

Video : Vlog, review produk, tutorial

Foto/ Grafik : Seni Digital, Fotografi

Tulisan : Blog, artikel, quote of the day

Podcast : diskusi, wawancara, cerita



## Kelebihan dari Konten Kreator

menjadi sosok yang berpengaruh dalam masyarakat (influencer).

menciptakan lapangan kerja (kerja tim)

mendekatkan diri melalui melalui personal touch (lebih personal)

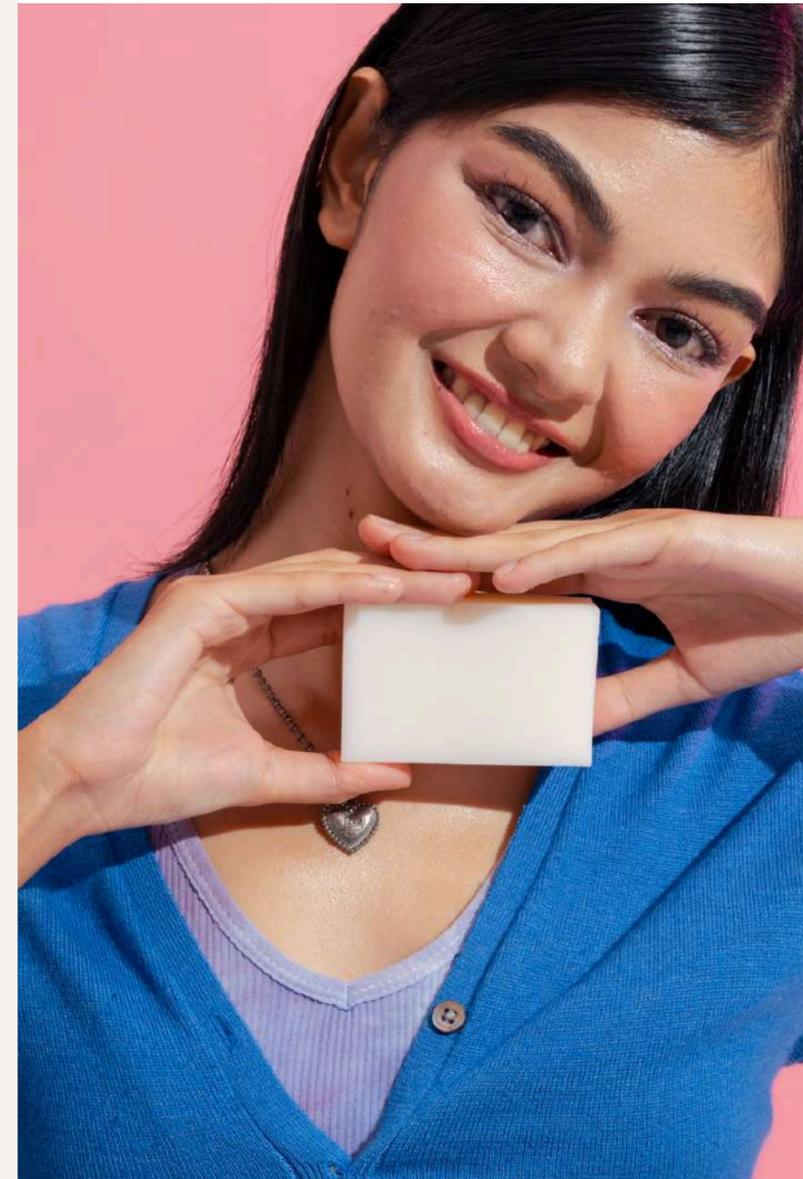
# Value Konten Kreator

## POPULARITAS

semakin banyak dikenal orang,  
semakin berpengaruh bagi orang lain

65% penjualan sukses dari influencer  
85% orang Indonesia belanja karena rekomendasi

maka semakin banyak income/pendapatan yang diperoleh  
dari Iklan, Sponsor atau endorsement



# Tantangan dalam Hukum



## Hak Cipta

Perlindungan dari Plagiarism dan penggunaan konten tanpa izin  
UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

## Perlindungan Data Diri

Mencakup informasi identitas diri untuk perlindungan bocornya informasi diri  
UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi

## Tanggung jawab Konten

Informasi konten yang dibagikan tidak menyesatkan atau berbahaya  
UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE

## Peraturan Iklan dan sponsorship

Peraturan dalam iklan/ sponsor  
UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Kominfo No. 12 Tahun 2016 tentang Pedoman Periklanan di Media Online

## Contoh Pelanggaran

### Om Polos

Komplain di Tiktok terkait apartmen yang di belinya



### Tzuyang

Tuduhan melakukan Backdoor Online Advertising



## Resimpulan

1. Menjadi konten kreator memiliki peluang yang sangat luas untuk siapa saja tapi harus ingat batasan-batasannya dan tantangan hukum yang ada.
2. memahami dan mematuhi hukum yang berlaku adalah kunci untuk sukses dan berkelanjutan dalam karir apa saja



# Terima Kasih



# HUKUM KONTRAK BISNIS CONTENT CREATOR

Disampaikan oleh

:

Dr.

Noviriska,SH,MHum



## **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.Umpa balik.**

Tetapka jangka waktu tertentu bagi merek produk untuk memberika umpa 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**