

**Survei Pengetahuan
Hak Cipta dan Lisensi
Creative Commons**



**Survei Pengetahuan
Hak Cipta dan Lisensi
Creative Commons**



**Survei Pengetahuan
Hak Cipta dan Lisensi
Creative Commons**



(Desember 2017-Desember 2018)



FORDFOUNDATION

Laporan Survei Pengetahuan Hak Cipta dan Lisensi Creative Commons (Desember 2017-Desember 2018)

Oleh **Creative Commons Indonesia**

Hak Cipta dilindungi [Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta](#)

Izin penggunaan berdasarkan **Lisensi Creative Commons BY (Atribusi) 4.0 Internasional**

Anda diperbolehkan: BERBAGI (menyalin dan menyebarkan kembali buku ini ke dalam format apapun); **ADAPTASI** (menggubah, mengubah, dan membuat turunan dari materi ini); untuk kepentingan apapun, **termasuk kepentingan komersial**.

Berdasarkan ketentuan berikut: **ATRIBUSI** (Anda harus mencantumkan nama yang sesuai, mencantumkan tautan terhadap lisensi, dan menyatakan bahwa telah ada perubahan yang dilakukan). Anda dapat melakukan hal ini dengan cara yang sesuai, namun tidak mengisyaratkan bahwa pemberi lisensi mendukung Anda atau penggunaan Anda.

Penyusun laporan:

Hilman Fathoni

Pengolah data:

Hilman Fathoni

Fitriayu

Biyanto Rebin

Ivonne Kristiani

Enumerator:

Hilda Septriani (Penanggung Jawab)

Khaerunnisa (Papua)

Ana Mentari (Lampung)

Alvons Habibie (Gorontalo)

Raviqa (Makassar)

Risiko (Pontianak)

Pentransmisi data:

Andri Kurniawan

Laporan survei diterbitkan oleh:

Wikimedia Indonesia

Jl. Danau Toba No. 104

Bendungan Hilir

Jakarta 10210

Survei ini dilaksanakan oleh Creative Commons Indonesia dengan dukungan Ford Foundation.

KATA PENGANTAR

Pada tahun ini, Creative Commons Indonesia sudah menginjak tahun kedelapan sebagai salah satu perwakilan lokal resmi Creative Commons International (CC HQ). Hingga saat ini, terhitung sebanyak [80 lokakarya](#) telah terselenggara dan lebih dari 500.000 konten ([termasuk artikel-artikel Wikipedia Bahasa Indonesia](#)) yang menerapkan lisensi Creative Commons di Indonesia. Kami ingin mengetahui kaitan angka-angka tersebut dengan pengetahuan hak cipta dan lisensi CC, khususnya bagi pengguna internet di Indonesia.¹

Survei ini merupakan cara kami untuk memperoleh gambaran awal perilaku dan ukuran tingkat pengetahuan dari para pengguna internet di Indonesia terkait hal-hal tersebut, serta mengetahui apakah respon-respon dalam survei memiliki keterkaitan dengan statistik jumlah ciptaan yang ada. Setelah itu, kami akan menggunakan temuan-temuan di laporan ini untuk menetapkan beberapa kebijakan. Terutama kebijakan terkait prioritas target sosialisasi tentang hak cipta dan lisensi Creative Commons di Indonesia.

Salam,

Hilman Fathoni

(Manajer Proyek [Sertifikasi Perwakilan Creative Commons Indonesia](#))

¹ Jumlah pengguna internet di Indonesia 171,18 juta jiwa, Katadata, "Pengguna Internet di Indonesia Bertambah 28 Juta", pranala: <https://web.archive.org/save/https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>

BAB I

Metode Penelitian dan Komposisi Responden

Sejak Desember 2018 hingga Desember 2019, CC Indonesia berhasil mengumpulkan jawaban dari **1.485 responden**. Responden mengisi survei secara daring melalui formulir di freeonlinesurvey.com dan secara luring di sejumlah diskusi maupun lokakarya lisensi Creative Commons (CC). Selain itu CC Indonesia juga dibantu oleh sejumlah enumerator untuk mengumpulkan data dari beberapa daerah. Data-data yang dikumpulkan oleh para enumerator kemudian ditransmisikan oleh pentransmisi data dengan menjawab formulir pertanyaan survei di freeonlinesurvey.com berdasarkan jawaban-jawaban yang ada di formulir survei versi cetak. Meskipun terdapat upaya pengumpulan data secara luring, pengumpulan data secara daring tetap dilaksanakan hingga masa pengumpulan data ditutup. Untuk memastikan bahwa pengisi data luring adalah pengguna internet, pada pertanyaan terakhir kami menanyakan situs web-situs web apa saja yang pernah mereka kunjungi selama menjadi pengguna internet.

Pengolah data kemudian membersihkan data dengan memilah responden yang mengisi formulir survei sampai selesai dan tidak. Setelah data dibersihkan, terdapat **1.369 responden yang mengisi formulir survei sampai selesai**. Sedangkan 1.369 responden kemudian kami bagi berdasarkan zona waktu Indonesia. Terdapat **606** responden dari **barat** Indonesia, **499** responden dari **tengah** Indonesia, dan **264** responden dari **timur** Indonesia (*lihat gambar nomor 1a*). Seluruh responden yang mengisi formulir ini merupakan pengguna internet aktif. Sebagai pengguna internet aktif, **183** responden mengidentifikasi diri sebagai **pencipta** (**61 barat, 99 tengah, dan 23 timur**). Kemudian, **1047** responden mengidentifikasi diri sebagai **pengguna ciptaan** (**447 barat, 368 tengah, dan 232 timur**) dan **139** sebagai **keduanya** (**98 barat, 32 tengah, dan 9 timur**). *Lihat gambar nomor 1b* untuk mengamati citra datanya.

Latar belakang responden

Daerah waktu	Latar belakang responden			Total keseluruhan
	Pencipta	Pengguna Ciptaan	Keduanya	
Barat	61	447	98	606
Tengah	99	368	32	499
Timur	23	232	9	264
Total keseluruhan	183	1047	139	1369

Kemudian, sebanyak **144** responden dari **606** responden barat Indonesia mengetahui keberadaan dan pernah membaca Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

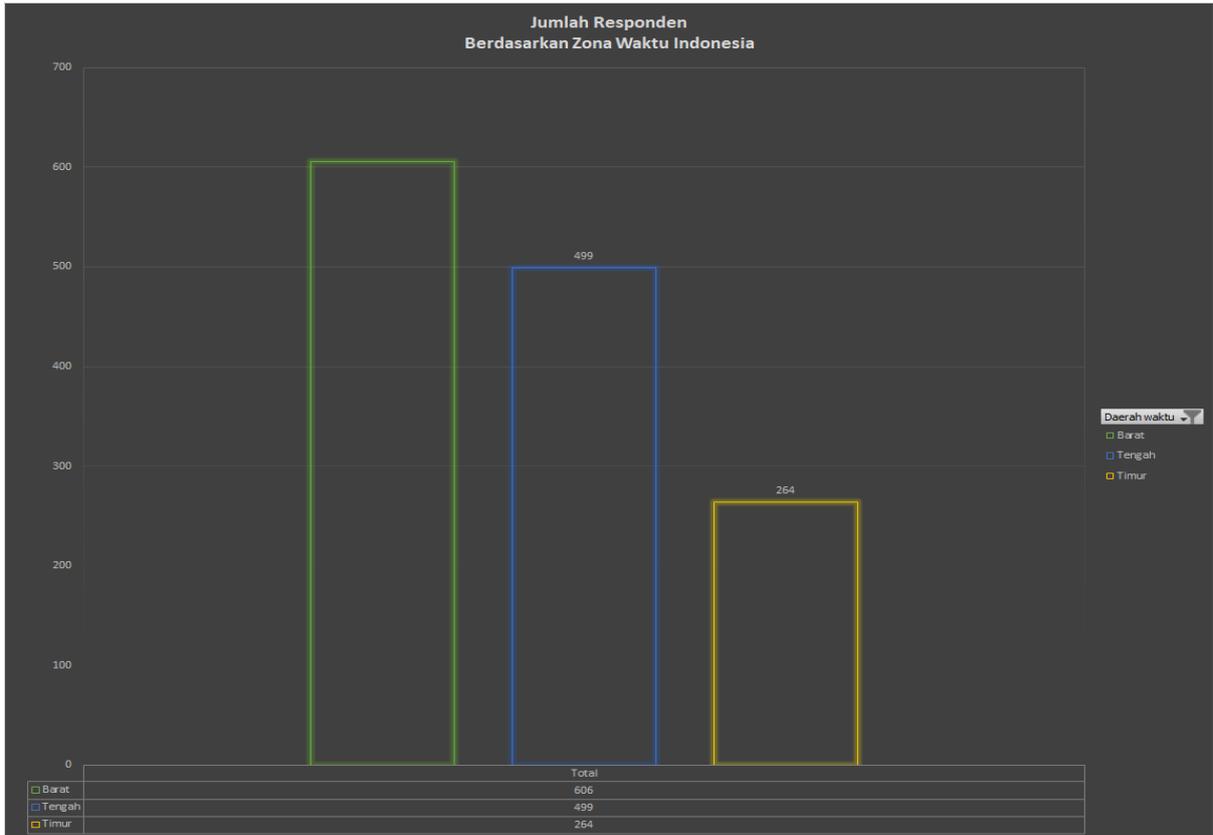
(UUHC14), sebanyak **319** diantaranya mengetahui namun belum pernah membaca UUHC14, dan **sebanyak 143** diantaranya tidak mengetahui dan tidak pernah membaca UUHC14 saat mengisi survei ini. Dari **499** responden tengah Indonesia, sebanyak **79** responden mengetahui dan pernah membaca UUHC14, sebanyak **234** mengetahui namun belum pernah membaca UUHC14, dan sebanyak **186** responden tidak mengetahui dan belum pernah membaca UUHC14. Kemudian, **264** responden dari timur Indonesia, sebanyak **36** responden mengetahui dan pernah membaca UUHC14, sebanyak **107** mengetahui namun belum pernah membaca UUHC14, dan sebanyak **121** responden tidak mengetahui dan belum pernah membaca UUHC14. Jika ditotal, hanya **259** yang mengaku mengetahui keberadaan dan pernah membaca UUHC14, **660** responden mengetahui keberadaan namun belum pernah membaca UUHC14, dan **450** responden tidak mengetahui keberadaan dan belum pernah membaca UUHC14.

Pengalaman dan Pengetahuan responden	Daerah waktu			Total keseluruhan
	Barat	Tengah	Timur	
Tahu dan pernah	144	79	36	259
Tahu dan belum pernah	319	234	107	660
Tidak tahu sama sekali	143	186	121	450
Total keseluruhan	606	499	264	1369

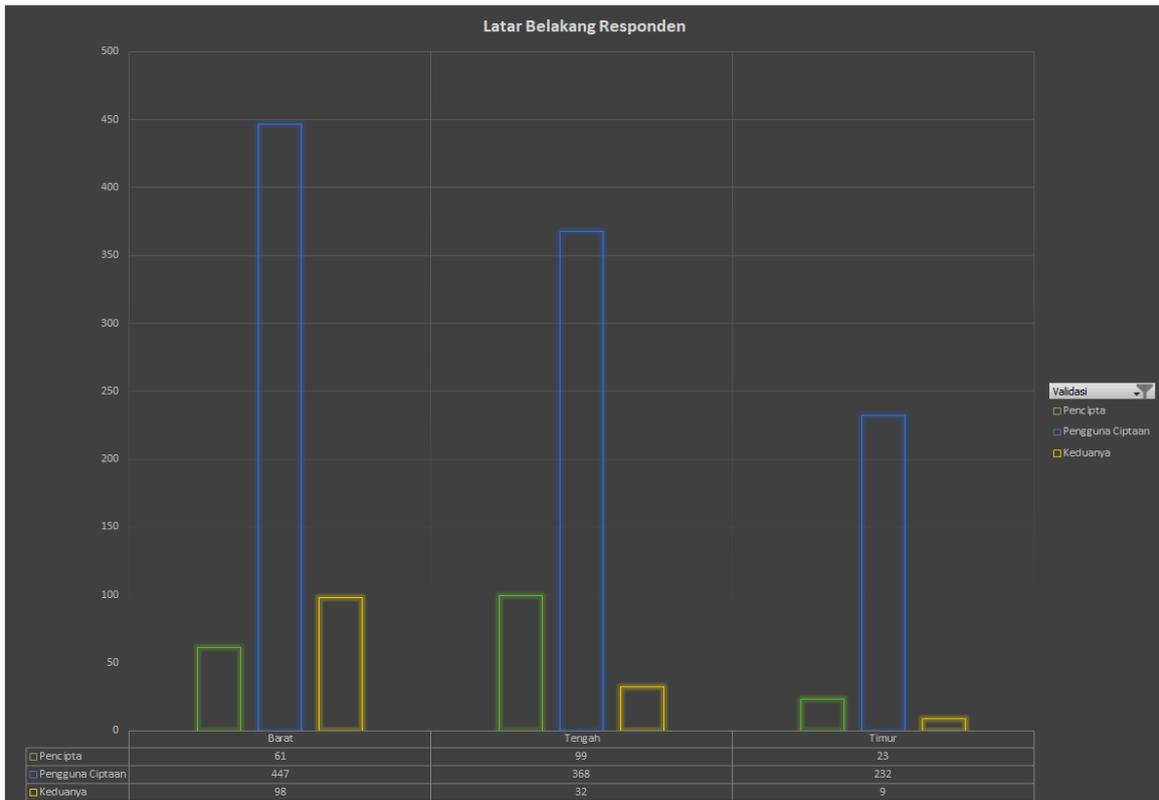
Pengalaman dan Pengetahuan Responden Terhadap UUHC14

Dari keseluruhan narasi data di atas, dapat disimpulkan bahwa **banyak responden mengetahui keberadaan UUHC14 namun belum pernah membacanya**. Angka-angka ini nantinya akan kami gunakan sebagai salah satu tolak ukur dalam melihat perilaku responden dalam penggunaan konten (objek perlindungan hak cipta) daring di internet, baik yang berlisensi Creative Commons maupun tidak.

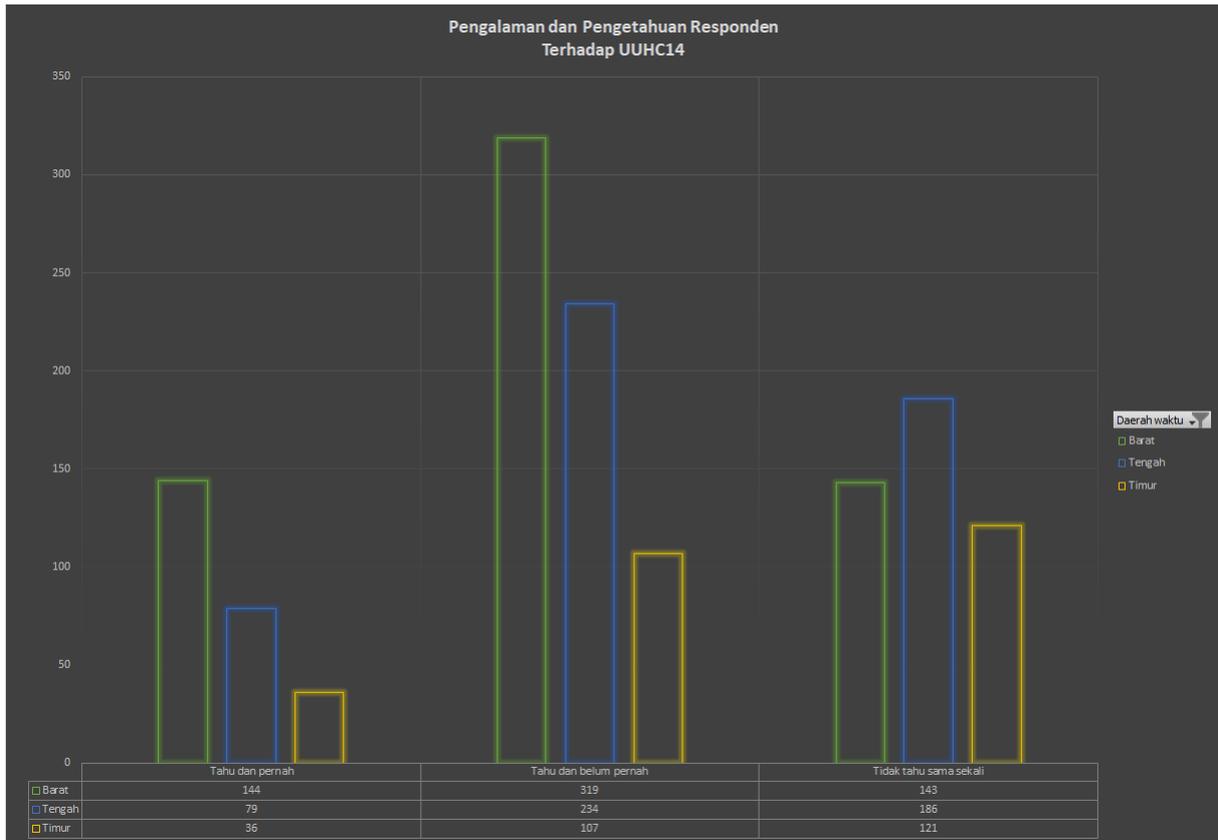
CITRA DATA BAB I



1a Jumlah responden berdasarkan zona waktu Indonesia



1b Latar belakang responden



1c Pengalaman dan pengetahuan responden terhadap UUHC14

[Data mentah Bab 1 dapat Anda akses di Figshare \(CC BY 4.0 Internasional\)](#)

BAB II

Perilaku Responden Dalam Penggunaan Konten Daring

1. Berdasarkan Jenis Konten

Setelah mengidentifikasi latar belakang posisi geografis (merujuk zona waktu Indonesia), posisi hukum (pencipta, pengguna ciptaan, dan/atau keduanya), dan pengetahuan serta pengalaman mengakses UUHC14 responden, kami kemudian mengidentifikasi perilaku responden sebagai pengguna internet dalam aktivitas pengaksesan dan penggunaan kembali konten daring.

Hal-hal yang kami amati selanjutnya ialah jenis-jenis konten apa saja yang kerap diakses oleh responden. Dalam hal ini kami menggunakan fitur pemeringkatan jawaban melalui formulir yang kami sediakan melalui freeonlinesurvey.com. Kami memetakan beberapa jenis konten yang memang merupakan bagian dari objek perlindungan hak cipta² dan kami rasa merupakan jenis konten media yang banyak tersedia dan cukup sering diakses oleh para pengguna internet. Jenis-jenis konten tersebut ialah:

1. Teks (Artikel berita, Buku elektronik, Artikel ilmiah, Undang-Undang, dll.)
2. Audio (Musik, Buku audio, Siaran radio, dll.)
3. Gambar (Foto, *Wallpaper*, Ikon, Infografis, dll.)
4. Video (Video tutorial, Video dokumenter, Video musik, film, dll.)
5. Data/Basis Data (Berkas .xls/.csv, Hasil survei, dll.)

Lalu, berikut legenda dari tiap parameter pemeringkatan jenis konten daring yang paling kerap diakses oleh responden:

1 = Sangat Sering

2 = Sering

3 = Cukup sering

4 = Jarang

5 = Sangat Jarang

Berikut pemeringkatan akses berdasarkan jenis konten oleh responden survei:

1. Teks (Artikel berita, Buku elektronik, Artikel ilmiah, Undang-Undang, dll.)

Peringkat	Pemeringkatan akses konten teks oleh seluruh responden
Peringkat 1	501 responden
Peringkat 2	254 responden

² Selengkapnya di [Pasal 40 Undang-Undang No. 28 Tahun 2014](#) Tentang Hak Cipta

Peringkat 3	194 responden
Peringkat 4	288 responden
Peringkat 5	132 responden
Total keseluruhan	1369 responden

2. Audio (Musik, Buku audio, Siaran radio, dll.)

Peringkat	Pemeringkatan akses konten audio oleh seluruh responden
Peringkat 1	247 responden
Peringkat 2	384 responden
Peringkat 3	320 responden
Peringkat 4	253 responden
Peringkat 5	165 responden
Total keseluruhan	1369 responden

3. Gambar (Foto, Wallpaper, Ikon, Infografis, dll.)

Peringkat	Pemeringkatan akses konten gambar oleh seluruh responden
Peringkat 1	255 responden
Peringkat 2	324 responden
Peringkat 3	418 responden
Peringkat 4	250 responden
Peringkat 5	122 responden
Total keseluruhan	1369 responden

4. Video (Video tutorial, Video dokumenter, Video musik, film, dll.)

Peringkat	Pemeringkatan akses konten video oleh seluruh responden
Peringkat 1	272 responden
Peringkat 2	294 responden
Peringkat 3	287 responden
Peringkat 4	373 responden
Peringkat 5	143 responden
Total keseluruhan	1369 responden

5. Data/Basis Data (Berkas .xls/.csv, Hasil survei, dll.)

Peringkat	Pemeringkatan akses konten data oleh seluruh responden
Peringkat 1	94 responden
Peringkat 2	113 responden
Peringkat 3	150 responden
Peringkat 4	205 responden
Peringkat 5	807 responden

Total keseluruhan	1369 responden
--------------------------	-----------------------

Lalu, berikut pemetaan secara geografis dari setiap responden yang memilih salah satu jenis konten sebagai konten yang sangat sering (peringkat 1) diakses:

1. Teks (Artikel berita, Buku elektronik, Artikel ilmiah, Undang-Undang, dll.)

Zona waktu	Pemeringkatan akses kontek teks oleh responden berdasarkan zona waktu
Peringkat 1 oleh responden dari Barat	248 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Tengah	134 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Timur	119 responden
Total keseluruhan	501 responden

2. Audio (Musik, Buku audio, Siaran radio, dll.)

Zona waktu	Pemeringkatan akses konten audio oleh responden berdasarkan zona waktu
Peringkat 1 oleh responden dari Barat	103 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Tengah	95 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Timur	49 responden
Total keseluruhan	247 responden

3. Gambar (Foto, Wallpaper, Ikon, Infografis, dll.)

Zona waktu	Pemeringkatan akses konten gambar oleh responden berdasarkan zona waktu
Peringkat 1 oleh responden dari Barat	104 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Tengah	114 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Timur	37 responden
Total keseluruhan	255 responden

4. Video (Video tutorial, Video dokumenter, Video musik, film, dll.)

Zona waktu	Pemeringkatan akses konten video oleh responden berdasarkan zona waktu
Peringkat 1 oleh responden dari Barat	113 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Tengah	122 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Timur	37 responden
Total keseluruhan	272 responden

5. Data/Basis Data (Berkas .xls/.csv, Hasil survei, dll.)

Zona waktu	Pemeringkatan akses konten data oleh responden berdasarkan zona waktu
Peringkat 1 oleh responden dari Barat	38 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Tengah	34 responden
Peringkat 1 oleh responden dari Timur	22 responden
Total keseluruhan	94 responden

1. Berdasarkan Jenis Konten

Dari keseluruhan jumlah responden, sebanyak **501 responden** menempatkan konten teks (artikel berita, buku elektronik, artikel ilmiah, undang-undang, dan lain-lain) di peringkat 1 sebagai konten yang sangat sering diakses. Sedangkan untuk konten dengan jenis audio (musik, buku audio, siaran radio, dan lain-lain) sebanyak **384 responden** menempatkannya di peringkat 2 sebagai konten yang sering diakses. Konten gambar (foto, *wallpaper*, ikon, infografis, dan lain-lain) dipilih oleh **418 responden** untuk menempati peringkat 3 sebagai konten yang cukup sering diakses. Lalu, sebanyak **373 responden** memilih konten video (video tutorial, video dokumenter, video musik, dan lain-lain) untuk meduduki peringkat 4 sebagai konten yang jarang diakses. Kemudian, sebanyak **807 responden** menempatkan konten data/basis data (berkas .xls/.csv, hasil survei, dan lain-lain) di peringkat 5 sebagai konten yang sangat jarang diakses.

Dengan mempertimbangkan jumlah responden terbanyak dalam pemeringkatan frekuensi akses berdasarkan jenis konten, dari sebanyak **1.369 responden**, **konten data/basis data menjadi konten yang paling jarang diakses oleh para responden dan konten teks**

menjadi konten yang paling sering diakses oleh para responden. Kemudian, dengan melihat setiap jawaban peringkat 1 oleh responden berdasarkan zona waktu Indonesia, konten teks, audio, dan data/basis data menjadi konten yang **paling sering diakses oleh responden yang berasal dari Indonesia bagian barat dengan total pemilih sebanyak 248 responden untuk teks, 103 responden untuk audio, dan 38 responden untuk data/basis data**. Selanjutnya, konten gambar dan video menjadi konten yang paling banyak mendapatkan peringkat 1 oleh responden yang berasal dari Indonesia bagian tengah dengan total pemilih sebanyak 114 responden untuk gambar dan 122 responden untuk video.

2. Berdasarkan Pola Interaksi

Setelah mengidentifikasi frekuensi pengaksesan konten daring berdasarkan jenis konten, kemudian kami mengidentifikasi perilaku setiap responden berdasarkan pola interaksi responden dengan konten daring yang ditemukan. Jenis-jenis interaksi yang kami gunakan untuk mengidentifikasi perilaku setiap responden merujuk pada **etika penggunaan konten dari definisi hak moral dan hak ekonomi UUHC14 serta Pasal 9 UUHC14 yang menjabarkan jenis-jenis penggunaan konten**. Rujukan tersebut kemudian kami sederhanakan untuk dijawab oleh setiap responden melalui 7 buah pertanyaan berikut:

1. Frekuensi pengunduhan dan penyebaran kembali konten

Pertanyaan: *"Seberapa sering Anda mengunduh dan menyebarkan kembali konten-konten tersebut?"*

Frekuensi pengunduhan dan penyebaran kembali konten oleh responden	Jumlah
Jarang	457 responden
Kadang-kadang	520 responden
Sering	254 responden
Tidak pernah mengunduh dan menyebarkan kembali konten.	138 responden
Total keseluruhan	1369 responden

2. Frekuensi permintaan izin sebelum menyebarkan kembali konten

"Apakah Anda meminta izin terlebih dahulu sebelum mengunduh dan menyebarkan kembali konten-konten tersebut?"

Frekuensi permintaan izin sebelum menyebarkan kembali konten oleh responden	Jumlah
Iya, saya meminta izin terlebih dahulu sebelum mengunduh dan menyebarkan kembali konten-konten tersebut.	404 responden
Tidak pernah mengunduh dan menyebarkan kembali konten.	265 responden
Tidak, saya tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum mengunduh dan menyebarkan kembali konten-konten tersebut.	700 responden
Total keseluruhan	1369 responden

3. Frekuensi pengubahan konten

Pertanyaan: "Seberapa sering Anda menggunakan kembali atau mengubah (*remix*) konten-konten tersebut?"

Frekuensi pengubahan konten oleh responden	Jumlah
Jarang	416 responden
Kadang-kadang	365 responden
Sering	125 responden
Tidak pernah menggunakan kembali atau mengubah (<i>remix</i>) konten.	463 responden
Total keseluruhan	1369 responden

4. Frekuensi permintaan izin sebelum mengubah konten

Pertanyaan: "Apakah Anda meminta izin terlebih dahulu sebelum menggunakan kembali atau mengubah (*remix*) konten-konten tersebut?"

Frekuensi permintaan izin sebelum mengubah konten	Jumlah
Iya, saya meminta izin terlebih dahulu sebelum menggunakan kembali atau mengubah (<i>remix</i>) konten-konten tersebut.	313 responden
Tidak pernah menggunakan kembali atau mengubah (<i>remix</i>) konten.	560 responden
Tidak, saya tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum menggunakan kembali atau mengubah (<i>remix</i>) konten-konten tersebut.	496 responden
Total keseluruhan	1369 responden

5. Frekuensi penggunaan konten untuk kepentingan komersial

Pertanyaan: "Seberapa sering Anda menjual atau menggunakan konten-konten tersebut untuk kepentingan komersial?"

Frekuensi penggunaan konten untuk kepentingan komersial	Jumlah
Jarang	289 responden
Kadang-kadang	153 responden
Sering	80 responden
Tidak pernah menjual kembali atau menggunakan konten untuk kepentingan komersial.	847 responden
Total keseluruhan	1369 responden

6. Frekuensi permintaan izin sebelum menggunakan konten untuk kepentingan komersial

Pertanyaan: "Apakah Anda meminta izin terlebih dahulu sebelum menjual atau menggunakan konten-konten tersebut untuk kepentingan komersial?"

Frekuensi permintaan izin sebelum menggunakan konten untuk kepentingan komersial	Jumlah
Iya, saya meminta izin terlebih dahulu sebelum menjual atau menggunakan konten-konten tersebut untuk kepentingan komersial.	246 responden

Tidak pernah menjual atau menggunakan konten untuk kepentingan komersial.	920 responden
Tidak, saya tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum menjual atau menggunakan konten-konten tersebut untuk kepentingan komersial.	203 responden
Total keseluruhan	1369 responden

7. Kecenderungan responden dalam menyebutkan sumber konten yang digunakan

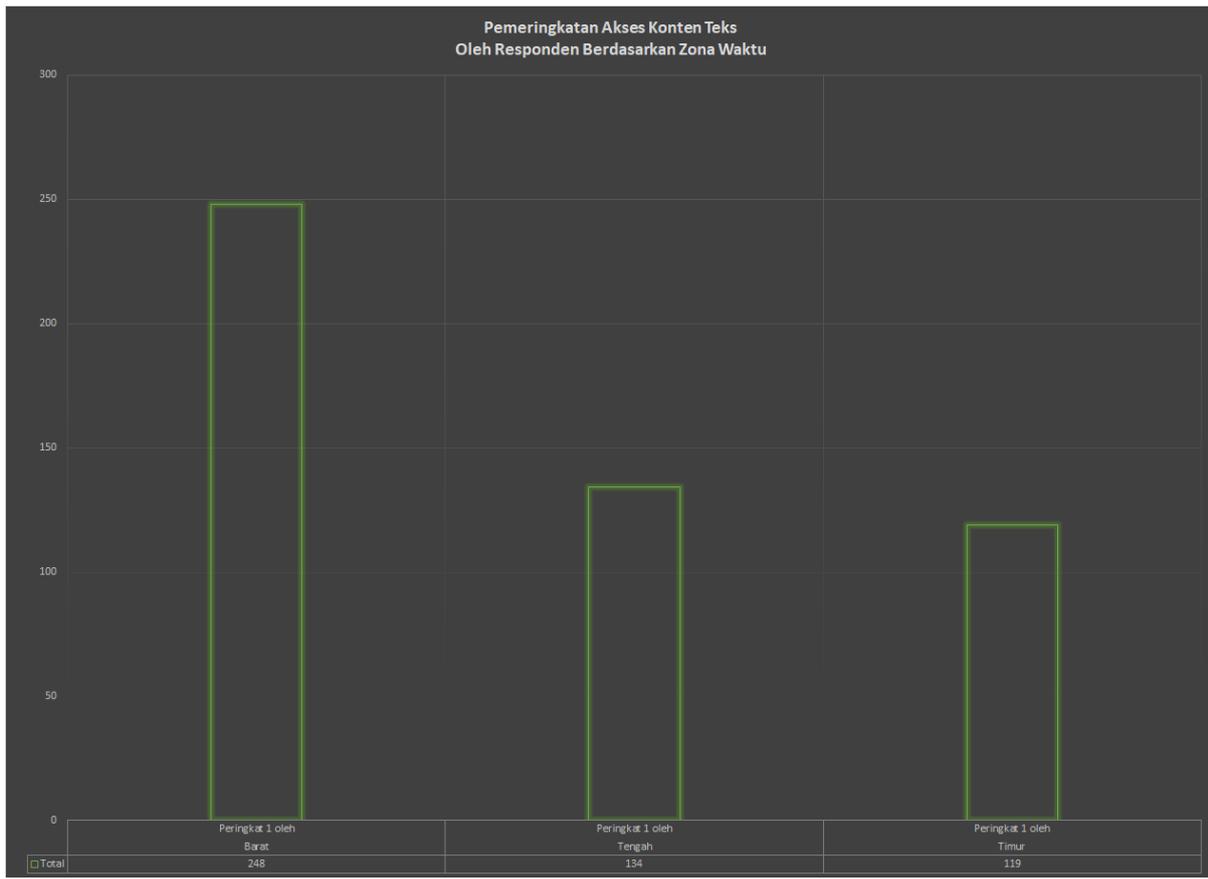
Pertanyaan: “*Bagaimana kecenderungan Anda dalam menyebutkan nama atau sumber (atribusi) pada aktivitas penggunaan konten-konten tersebut?*”

Kecenderungan responden dalam menerapkan atribusi	Jumlah
Sebutkan nama pembuat konten dan pranala (link) sumber konten.	173 responden
Sebutkan nama pembuat konten saja.	192 responden
Sebutkan nama pembuat konten, tautan sumber konten, dan nama situs penyedia konten.	265 responden
Sebutkan nama pembuatan konten dan situs web penyedia konten.	96 responden
Sebutkan nama situs web penyedia konten saja.	149 responden
Sebutkan pranala (link) sumber konten dan situs web penyedia konten.	118 responden
Sebutkan pranala (link) sumber konten saja.	183 responden
Tidak menyebutkan nama atau sumber konten.	100 responden
Tidak pernah menggunakan konten dalam bentuk apapun sama sekali.	93 responden
Total keseluruhan	1369 responden

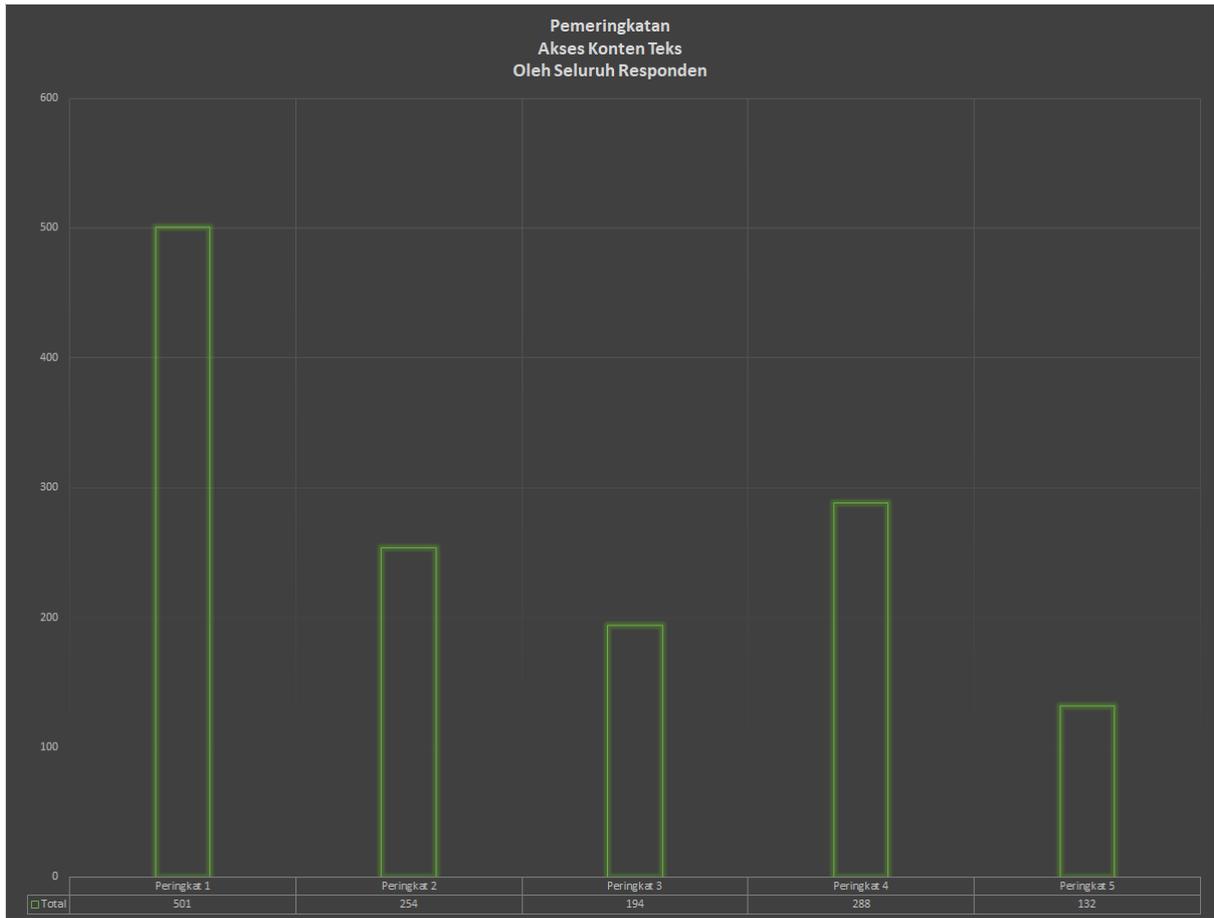
Berdasarkan laporan di atas, terlihat bahwa banyak dari para responden hanya **kadang-kadang (520 responden)** mengunduh atau menyebarkan kembali konten yang mereka temukan dari internet. Terlepas dari frekuensi (**jarang, kadang-kadang, dan sering**) pengunduhan dan penyebaran kembali konten di internet oleh responden, **700 responden** bahwa mereka cenderung **meminta izin** terlebih dahulu sebelum mengunduh atau menyebarkan kembali konten. Diantara para pengguna yang termasuk sebagai pengguna konten di internet, kebanyakan darinya (**463 responden**) mengaku **tidak pernah** menggunakan kembali atau menggubah (remix) konten yang mereka temukan di internet. Selain itu, sebanyak **847 dan 920 responden** dari pertanyaan mengenai penggunaan konten untuk kepentingan komersial mengaku bahwa mereka **tidak pernah** menggunakan konten dalam kepentingan koemersial. Kemudian, dalam konteks penerapan atribusi, kebanyakan responden (**265 responden**) menerapkan atribusi **selengkap mungkin** yaitu dengan

menyebutkan nama pembuat konten, tautan sumber konten, dan nama situs penyedia konten.

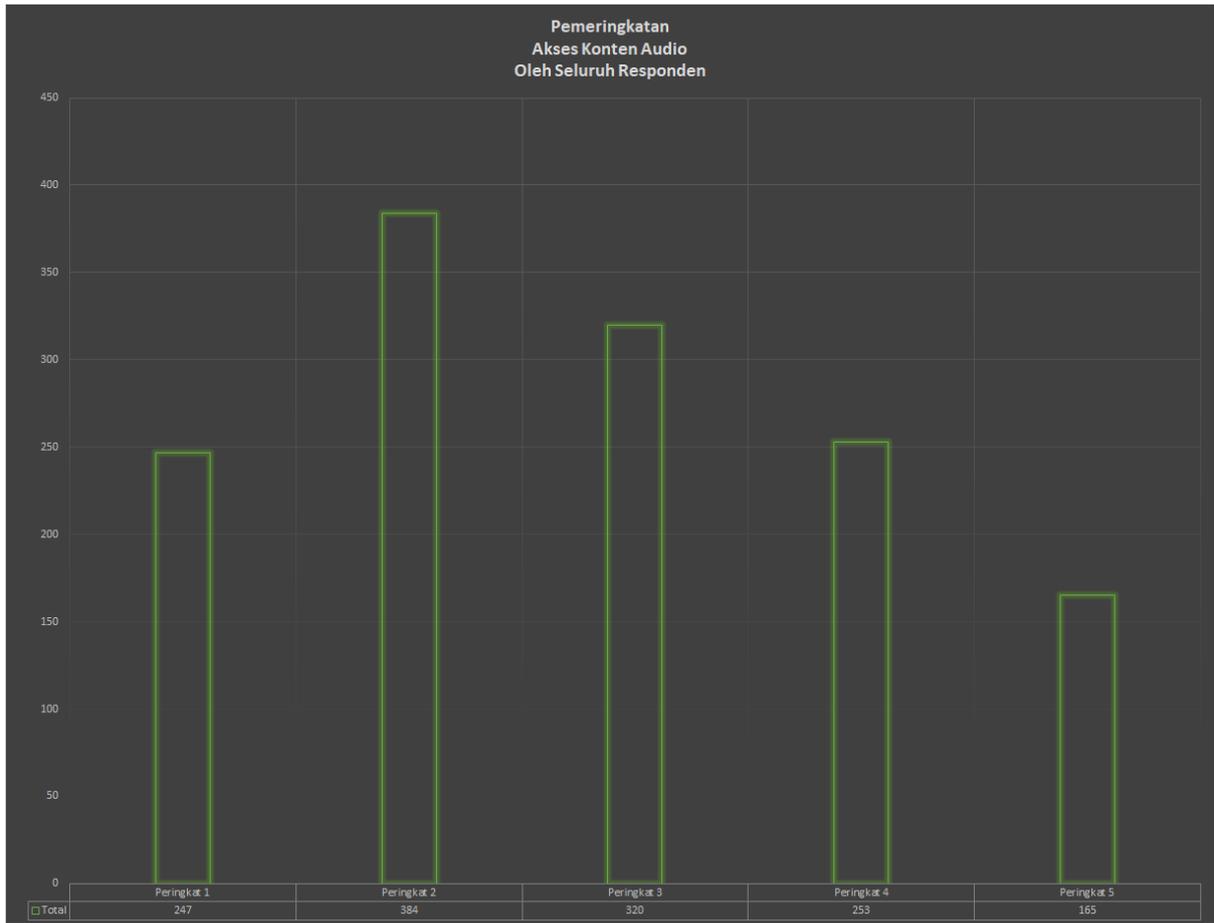
CITRA DATA BAB II



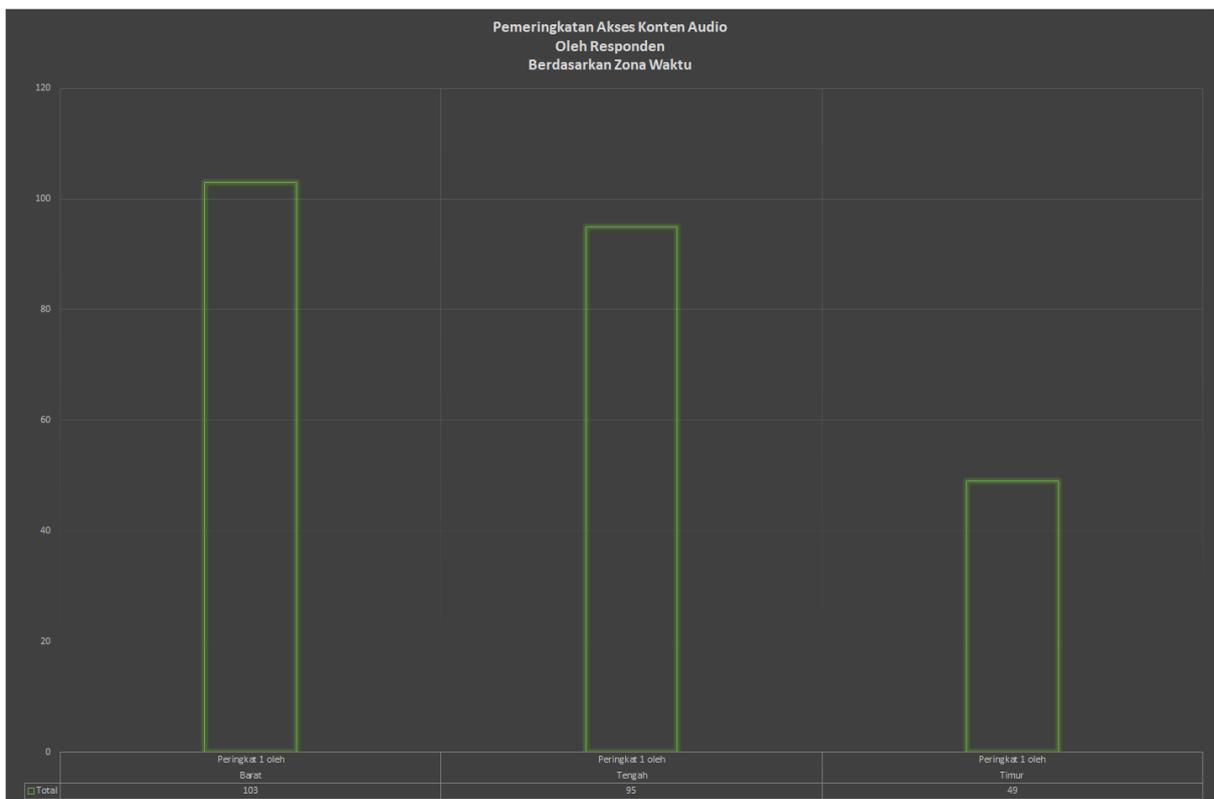
2a Pemeringkatan Akses Konten Teks Oleh Responden Berdasarkan Zona Waktu



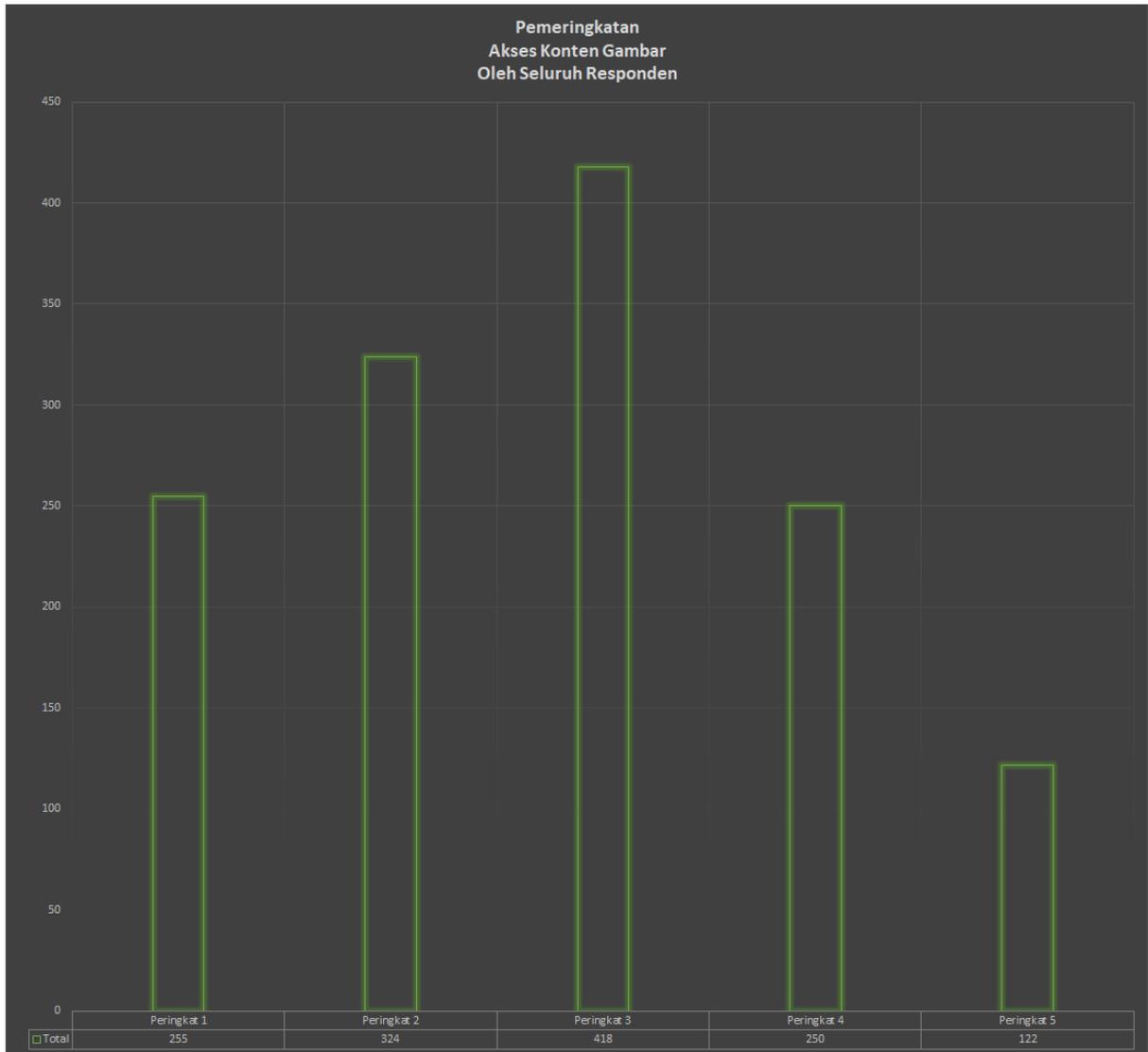
2b Pemeringkatan Konten Teks Oleh Seluruh Responden



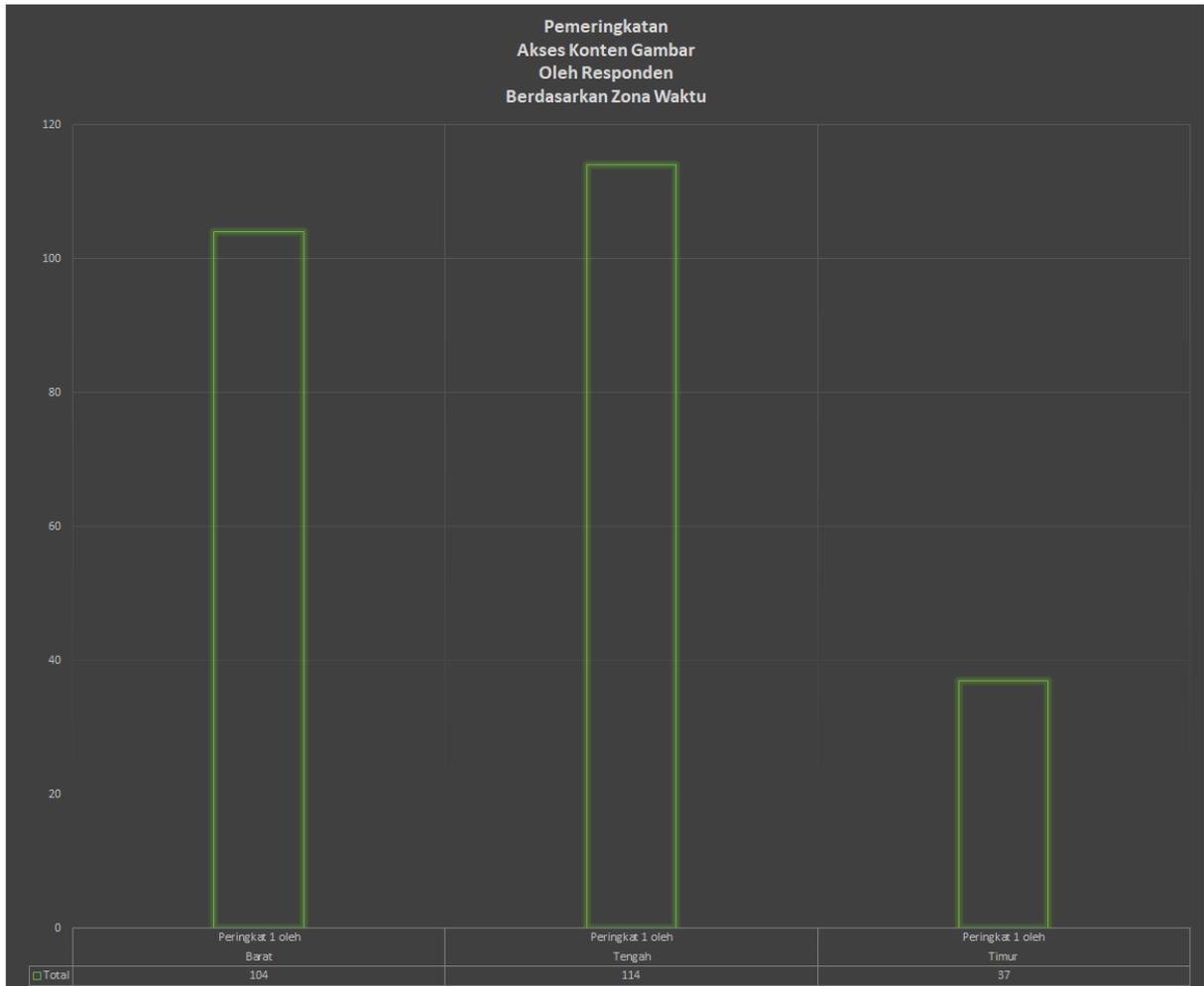
2c Pemeringkatan Akses Konten Audio Oleh Seluruh Responden



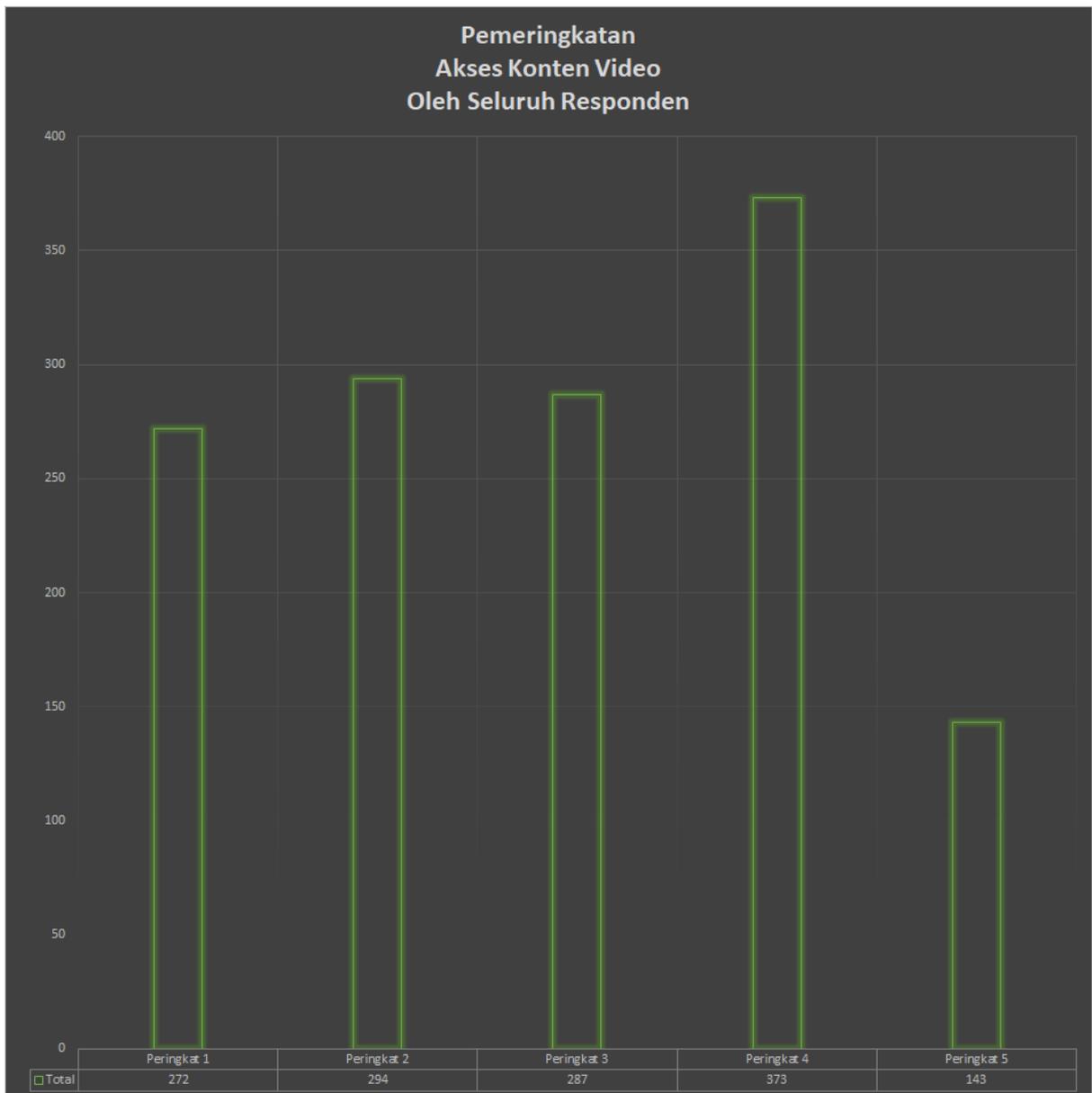
2d Pemeringkatan akses konten audio oleh responden berdasarkan zona waktu



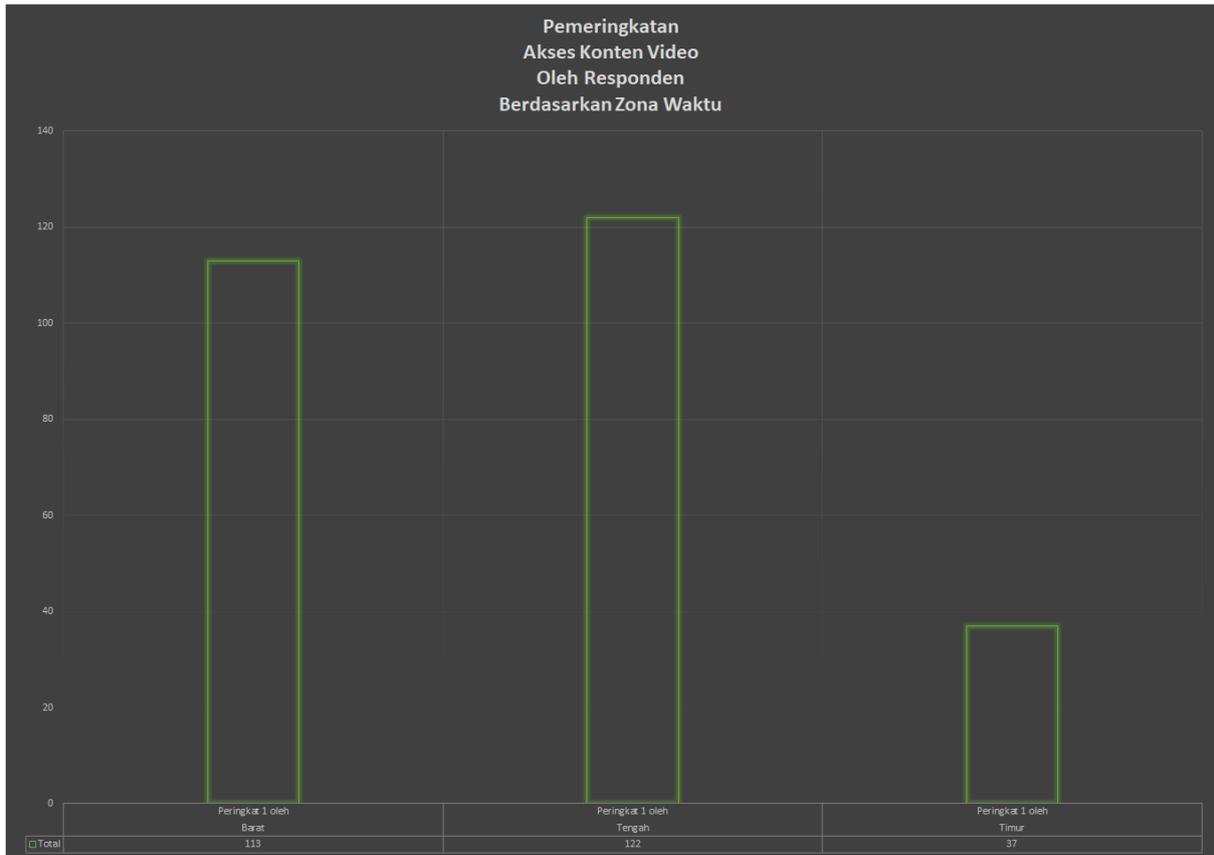
2e Pemeringkatan akses konten gambar oleh seluruh responden



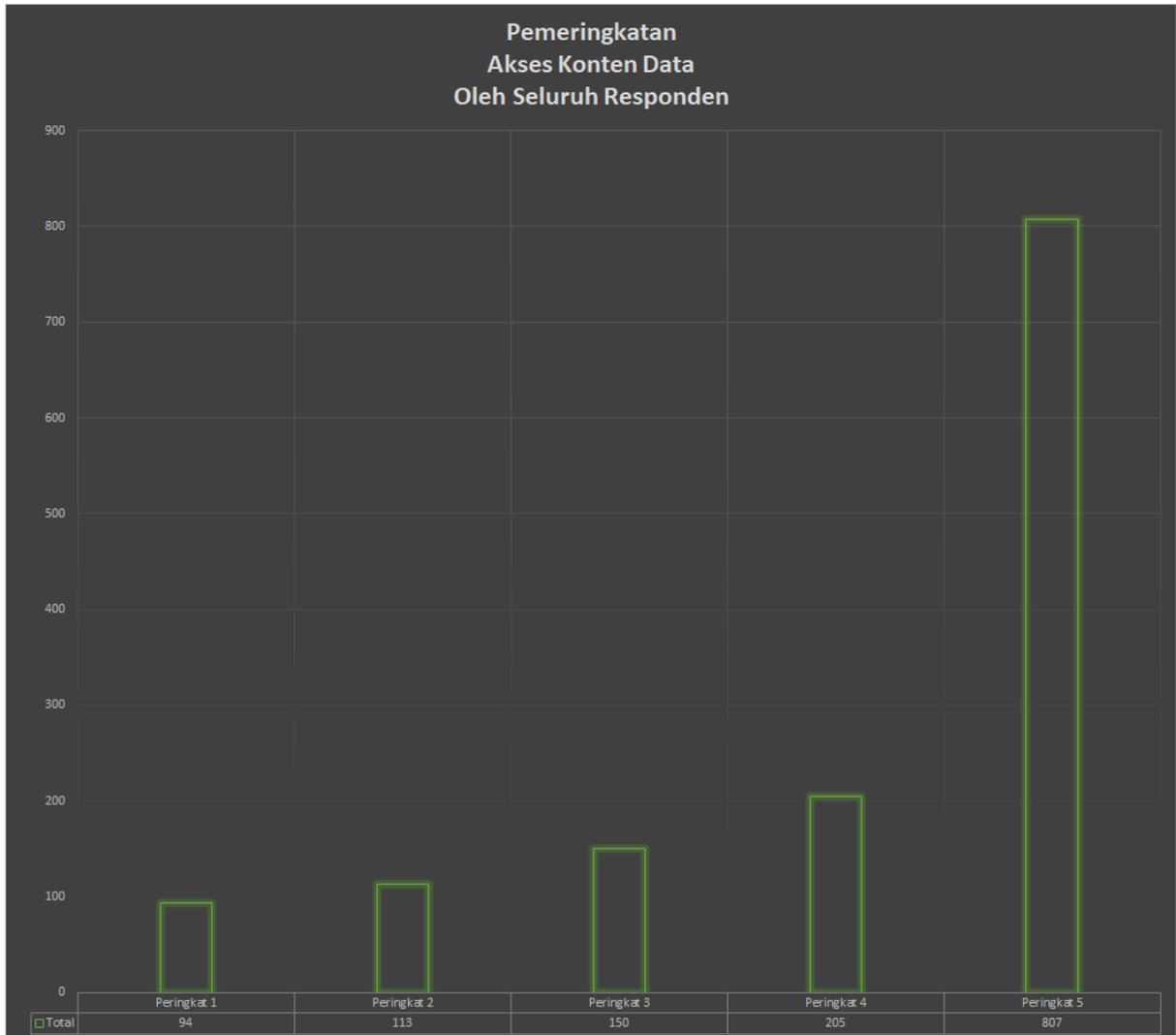
2f Pemeringkatan akses konten gambar oleh responden berdasarkan zona waktu



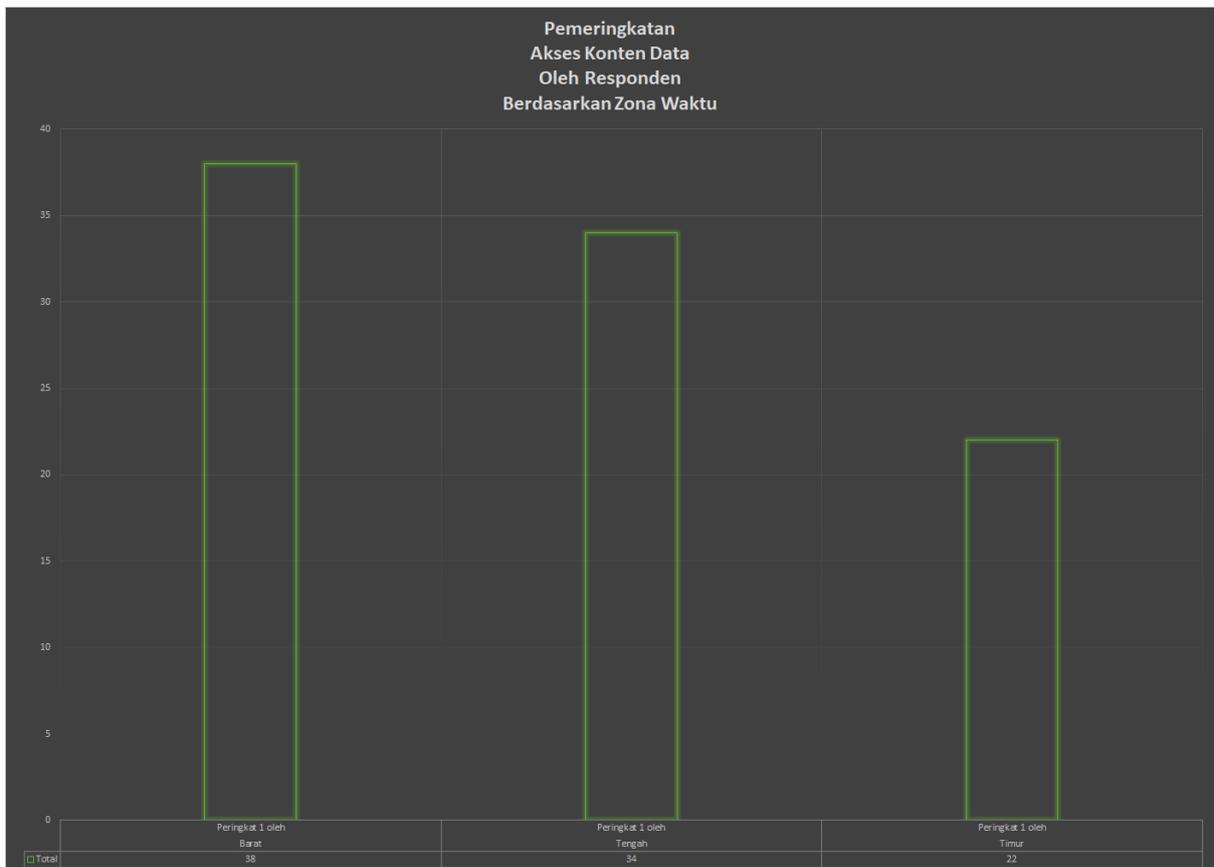
2g Pemeringkatan akses konten video oleh seluruh responden



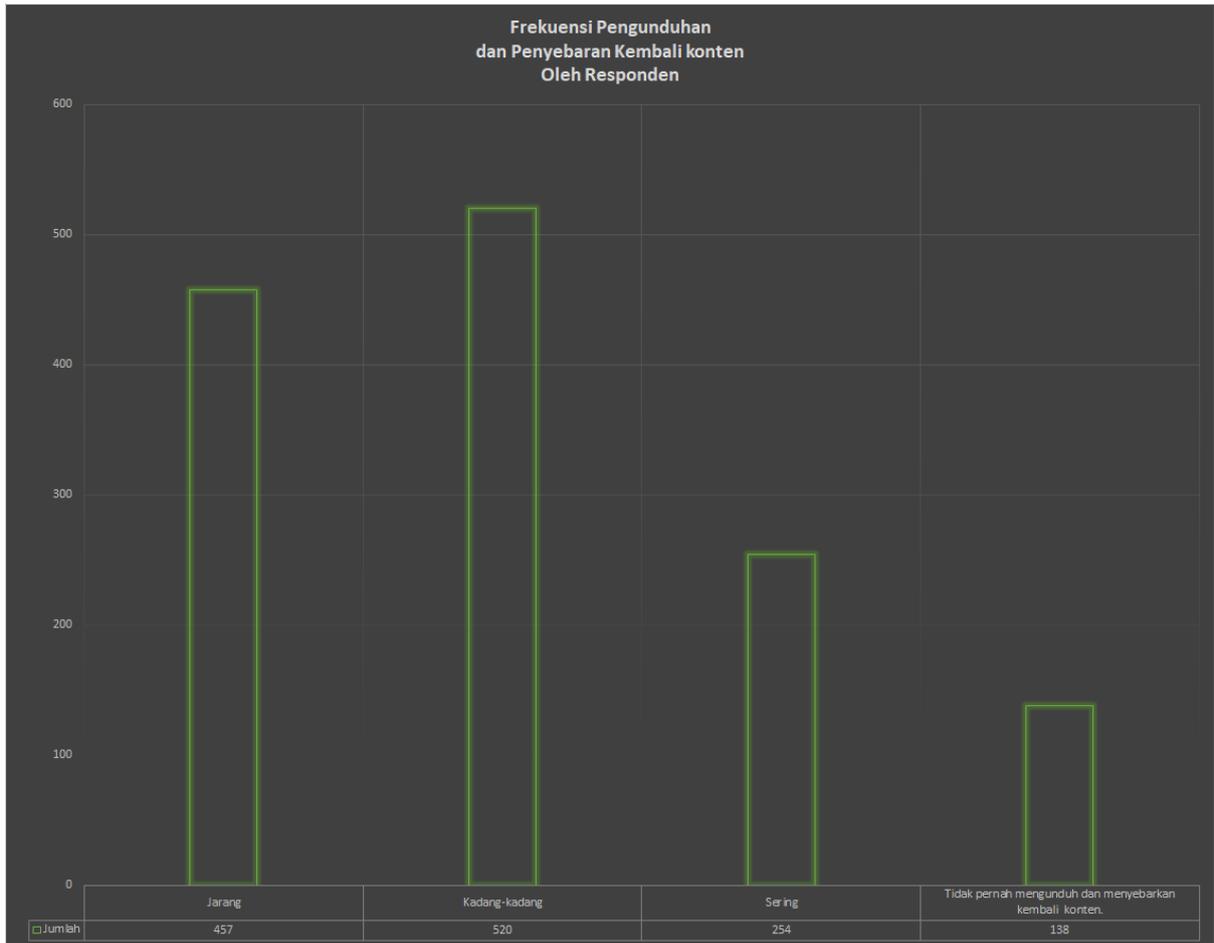
2h Pemeringkatan Akses Konten Video Oleh Responden Berdasarkan Zona Waktu



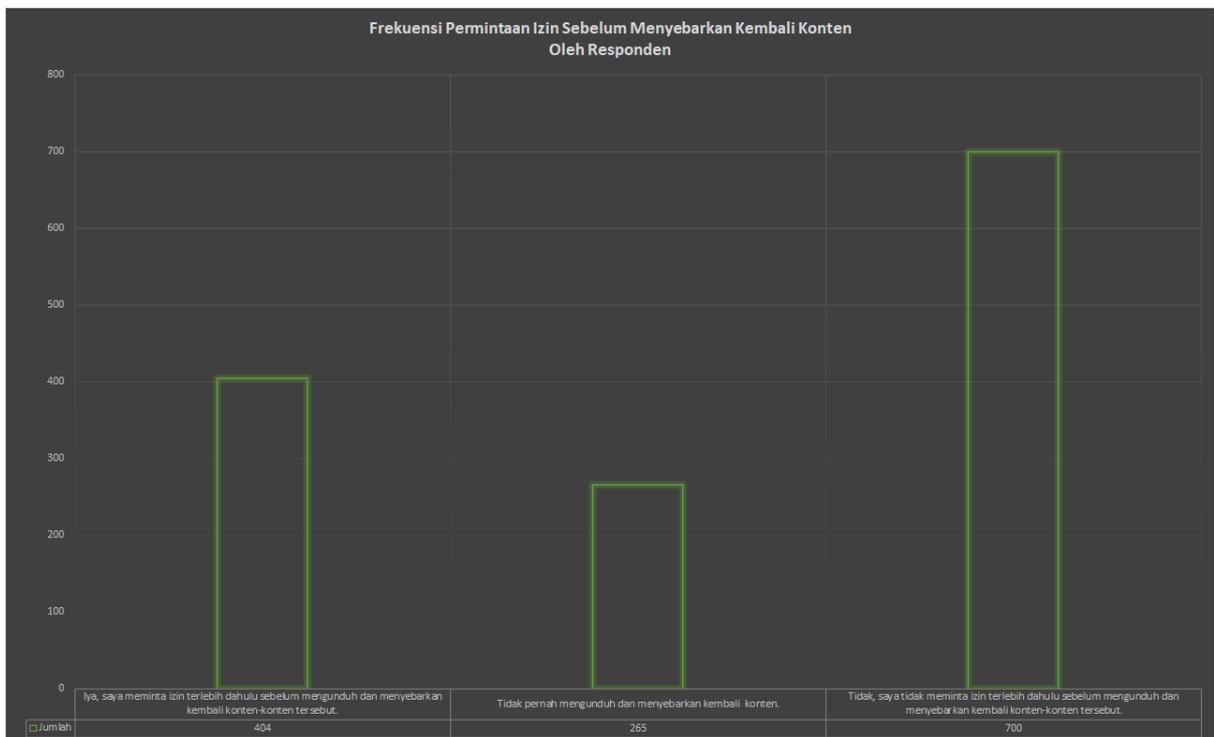
2i Pemeringkatan akses konten data oleh seluruh responden



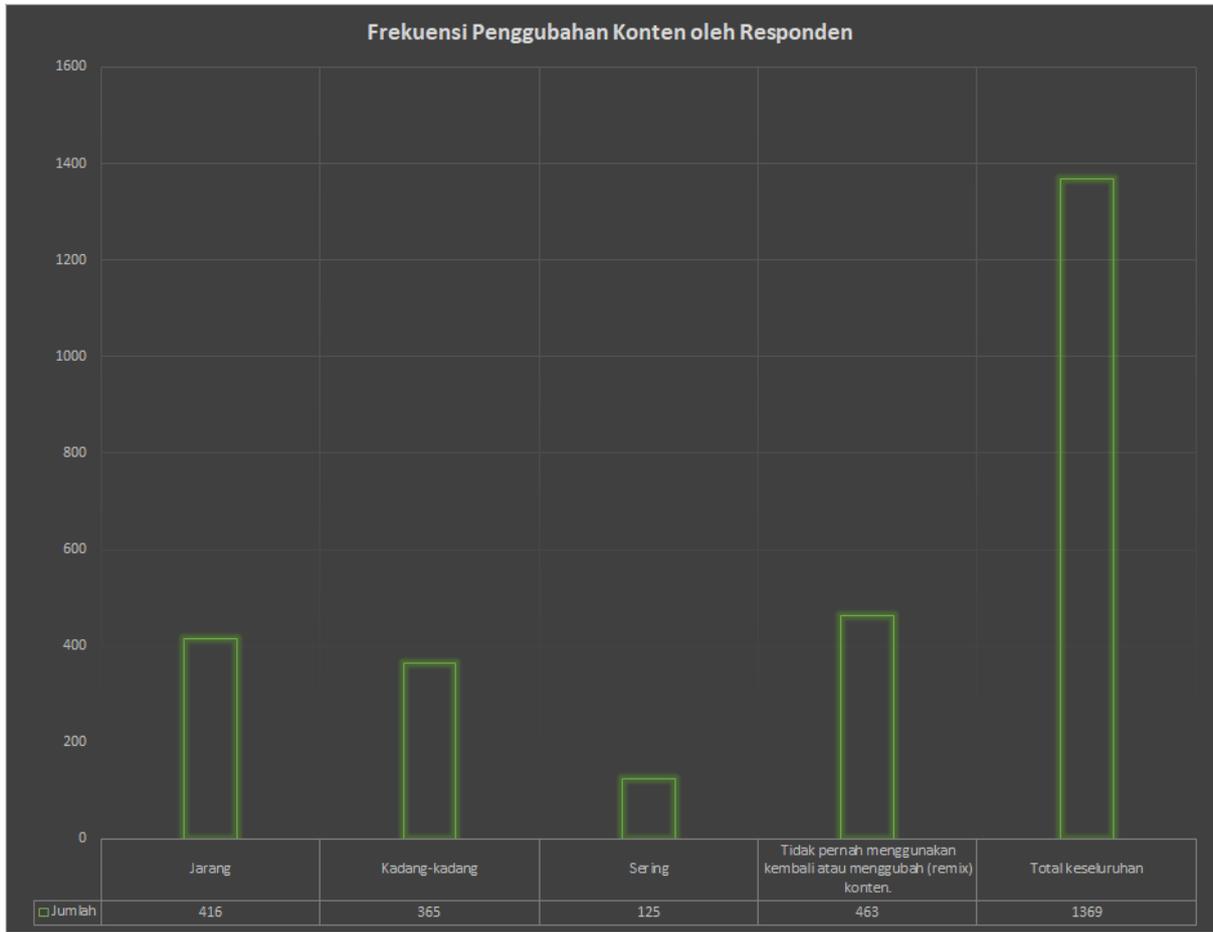
2j Pemeringkatan akses konten data oleh responden berdasarkan zona waktu



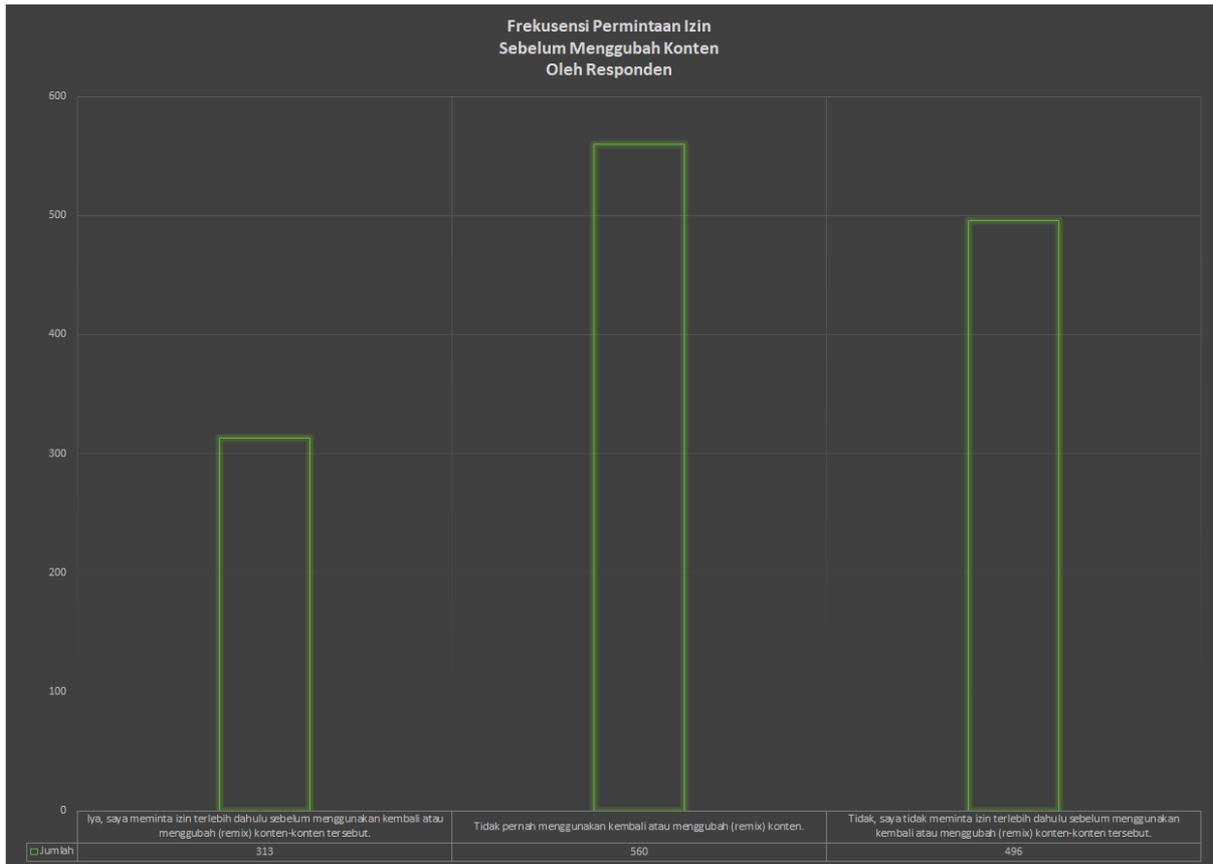
2k Frekuensi pengunduhan dan penyebaran kembali konten oleh responden



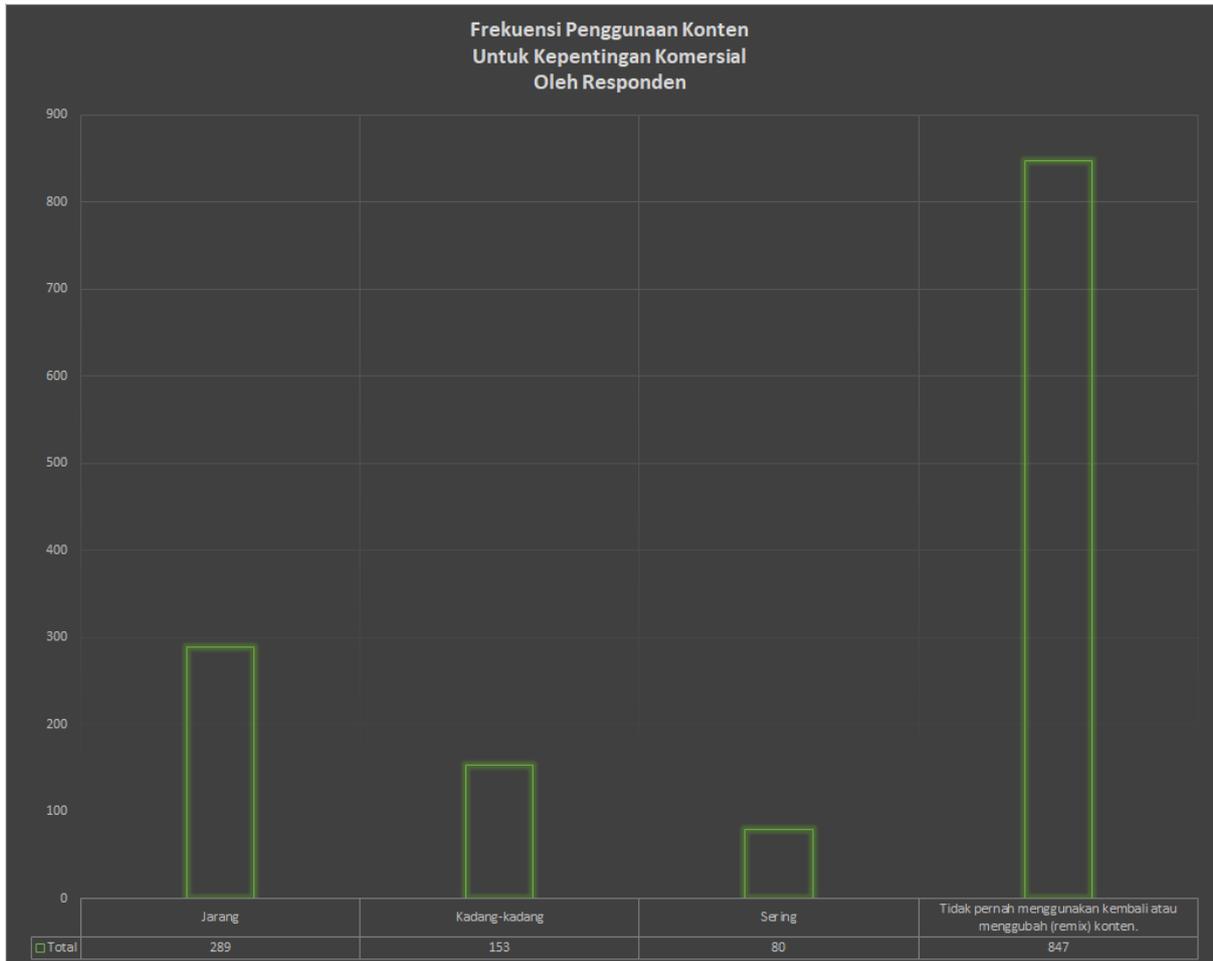
2l Frekuensi permintaan izin sebelum menyebarkan kembali konten oleh responden



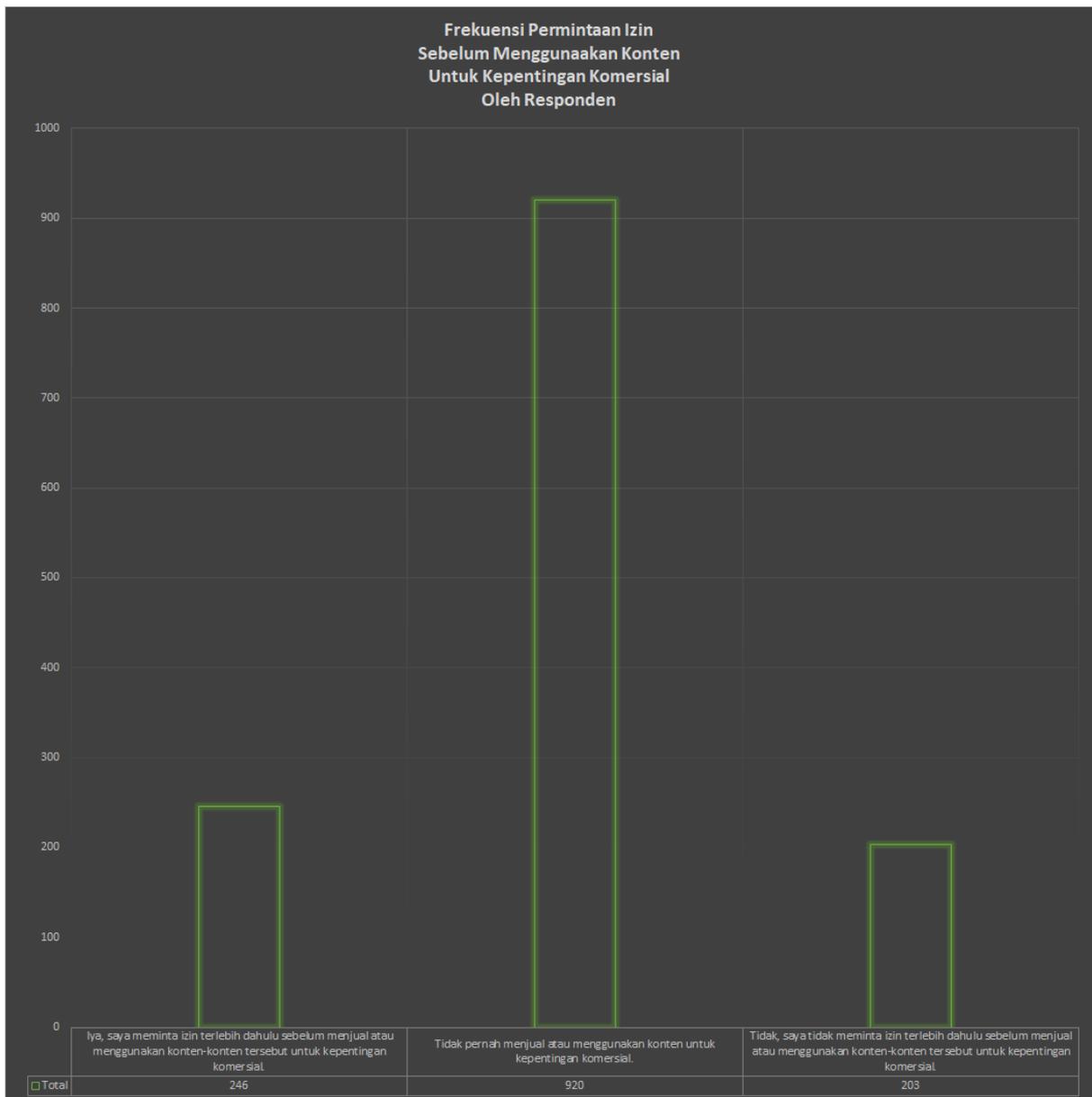
2m Frekuensi pengubahan konten oleh responden



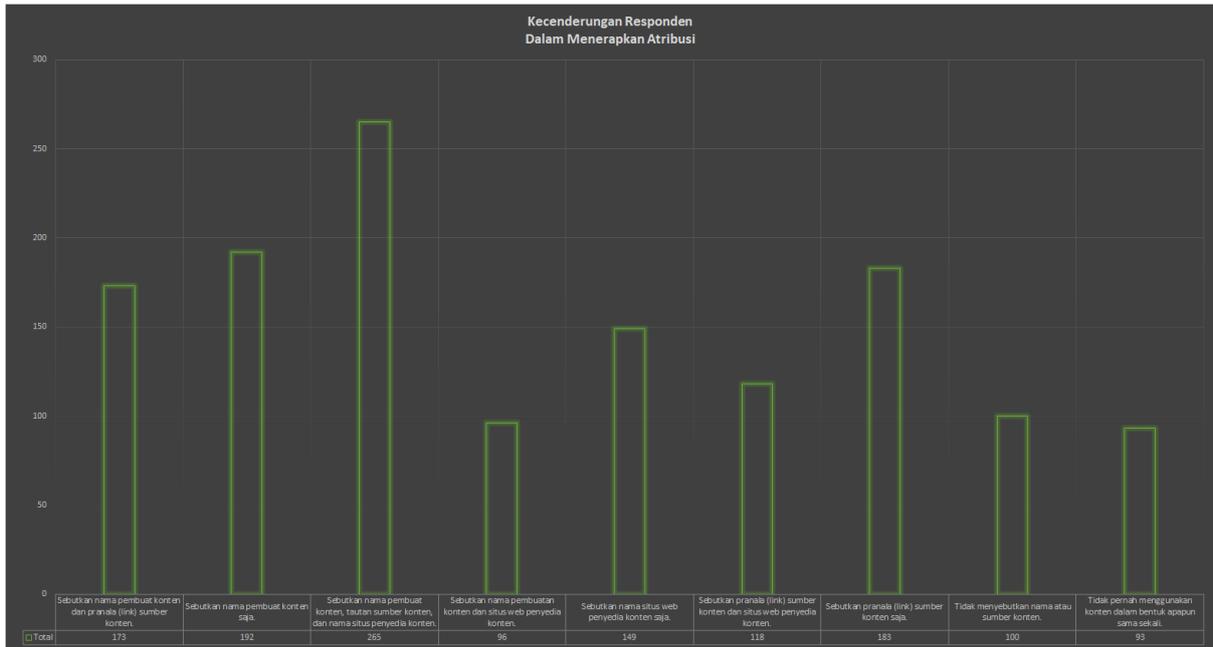
2n Frekuensi permintaan izin sebelum mengubah konten oleh responden



2o *Frekuensi penggunaan konten untuk kepentingan komersial oleh responden*



2p *Frekuensi permintaan izin sebelum menggunakan konten untuk kepentingan komersial oleh responden*



2q Kecenderungan responden dalam menerapkan atribusi

[Data mentah Bab II dapat Anda akses di Figshare \(CC BY 4.0 Internasional\)](#)

BAB III

Penjelasan Pengetahuan Tentang Lisensi CC oleh Responden

Setelah mengidentifikasi latar belakang, pengetahuan, pengalaman, dan perilaku responden terkait etika penggunaan konten daring dari sudut pandang perlindungan hak cipta secara umum, kami kemudian mengidentifikasi pengetahuan responden terkait etika penggunaan konten daring dari sudut pandang perlindungan hak cipta dengan penerapan mekanisme lisensi Creative Commons. Tujuan dari pengidentifikasian ini ialah untuk menemukan gambaran awal sebaran pengetahuan tentang lisensi CC berdasarkan zona waktu di Indonesia sekaligus mengamati praduga responden terhadap beberapa hal mendasar di ketentuan lisensi Creative Commons.

Upaya identifikasi kami lakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan berikut:

1. Jumlah responden dengan pengalaman membaca dan pengetahuan tentang Lisensi CC (Berdasarkan zona waktu Indonesia)

Pertanyaan: “Apakah saat ini Anda mengetahui keberadaan atau pernah membaca ketentuan lisensi Creative Commons?”

Daerah waktu	Membaca dan mengetahui lisensi CC
Responden dari Barat	606 responden
Mengetahui dan pernah membaca.	135
Mengetahui namun tidak pernah membaca.	210
Tidak mengetahui dan tidak pernah membaca.	261
Responden dari Tengah	499 responden
Mengetahui dan pernah membaca.	77
Mengetahui namun tidak pernah membaca.	149
Tidak mengetahui dan tidak pernah membaca.	273
Responden dari Timur	264 responden
Mengetahui dan pernah membaca.	46
Mengetahui namun tidak pernah membaca.	94
Tidak mengetahui dan tidak pernah membaca.	124
Total keseluruhan	1369 responden

2. Jumlah responden dengan pengalaman mengunduh atau menggunakan kembali konten berlisensi CC

Pertanyaan: “Apakah Anda pernah menemukan atau mengunduh atau menggunakan kembali konten berlisensi Creative Commons pada konten-konten di internet?”

Pernah menemukan, mengunduh, dan menggunakan kembali lisensi CC	Jumlah
Iya	396 responden
Tidak	973 responden
Total keseluruhan	1369 responden

3. Rentang pemahaman responden saat melihat simbol-simbol dan nama setiap ketentuan lisensi CC (Berdasarkan zona waktu)

Pertanyaan: “*Dari angka 0 sampai 10, seberapa paham Anda tentang ketentuan setiap lisensi Creative Commons setelah melihat pictogramnya saja?*”

Rentang Pemahaman	Jumlah Responden
0	236 responden
1	154 responden
2	112 responden
3	140 responden
4	120 responden
5	189 responden
6	131 responden
7	137 responden
8	96 responden
9	26 responden
10	28 responden
Total keseluruhan	1369

4. Jumlah responden mengetahui bahwa ciptaan berlisensi CC dapat langsung diunduh dan disebarluaskan kembali (digandakan)

Pertanyaan: “*Menurut Anda, apakah seluruh ciptaan berlisensi Creative Commons dapat diunduh dan disebarluaskan kembali (digandakan) tanpa izin Pencipta?*”

Pengetahuan responden terhadap pengunduhan ciptaan berlisensi CC secara langsung	Jumlah
Iya	325 responden
Tidak	1044 responden
Total keseluruhan	1369 responden

5. Jumlah responden mengetahui bahwa tidak seluruh ciptaan berlisensi CC dapat langsung digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin pencipta

Pertanyaan: “*Menurut Anda, apakah seluruh ciptaan berlisensi Creative Commons dapat dijual atau digunakan untuk kepentingan komersial tanpa izin Pencipta?*”

Pengetahuan responden terhadap penggunaan ciptaan berlisensi CC secara langsung dalam kepentingan komersial	Jumlah
Iya	155 responden
Tidak	1214 responden
Total	1369 responden

6. Jumlah responden mengetahui bahwa tidak seluruh ciptaan berlisensi CC tidak dapat langsung digubah atau dibuat karya turunannya tanpa izin pencipta

Pertanyaan: “Menurut Anda, apakah seluruh ciptaan berlisensi Creative Commons dapat digubah (remix) tanpa izin Pencipta?”

Pengetahuan responden terhadap pengubahan ciptaan berlisensi CC secara langsung	Jumlah
Iya	257 responden
Tidak	1112 responden
Total keseluruhan	1369 responden

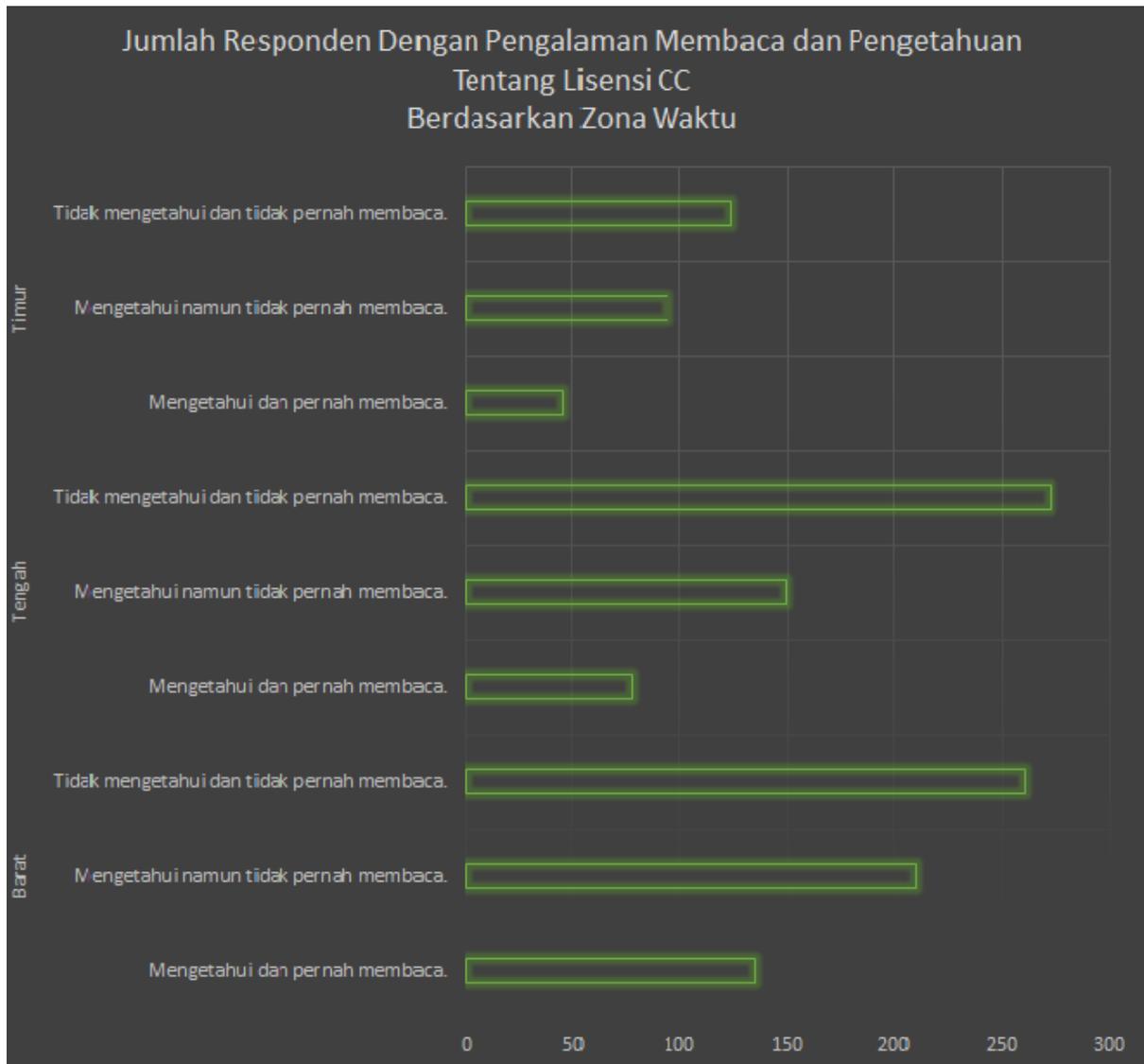
Berdasarkan tabel pertama, terlihat bahwa dari setiap daerah waktu, rata-rata para responden tidak mengetahui dan belum pernah membaca pengetahuan tentang lisensi Creative Commons (**261 responden dari barat Indonesia, 273 responden dari tengah Indonesia, dan 124 responden dari timur Indonesia**). Lalu, untuk responden yang mengetahui dan pernah membaca maupun mengetahui namun tidak pernah membaca didominasi oleh responden yang berasal dari barat dengan angka total **345 responden**. Rendahnya pengalaman responden bersentuhan dengan lisensi Creative Commons kembali tercermin pada tabel selanjutnya, diwakili oleh **976 responden** yang tidak pernah menemukan, mengunduh, dan menemukan kembali ciptaan berlisensi Creative Commons. Selain mengukur pengalaman, kami juga mengukur rentang pemahaman responden ketika melihat simbol-simbol ketentuan lisensi Creative Commons. Sebanyak, **236 responden** (angka terbanyak dari setiap pilihan rentang 0-10), memilih angka 0 yang artinya sama sekali tidak memahami ketentuan lisensi Creative Commons dengan hanya melihat simbolnya saja.

Pada bagian selanjutnya, kami menemukan bahwa sebagian besar responden secara alami tidak mengetahui bahwa ciptaan berlisensi Creative Commons paling tidak dapat diunduh dan disebarluaskan kembali secara langsung oleh pengaksesnya yang diwakili oleh 1044 responden yang menjawab sebaliknya. Lalu, kami mengukur seberapa banyak responden yang secara

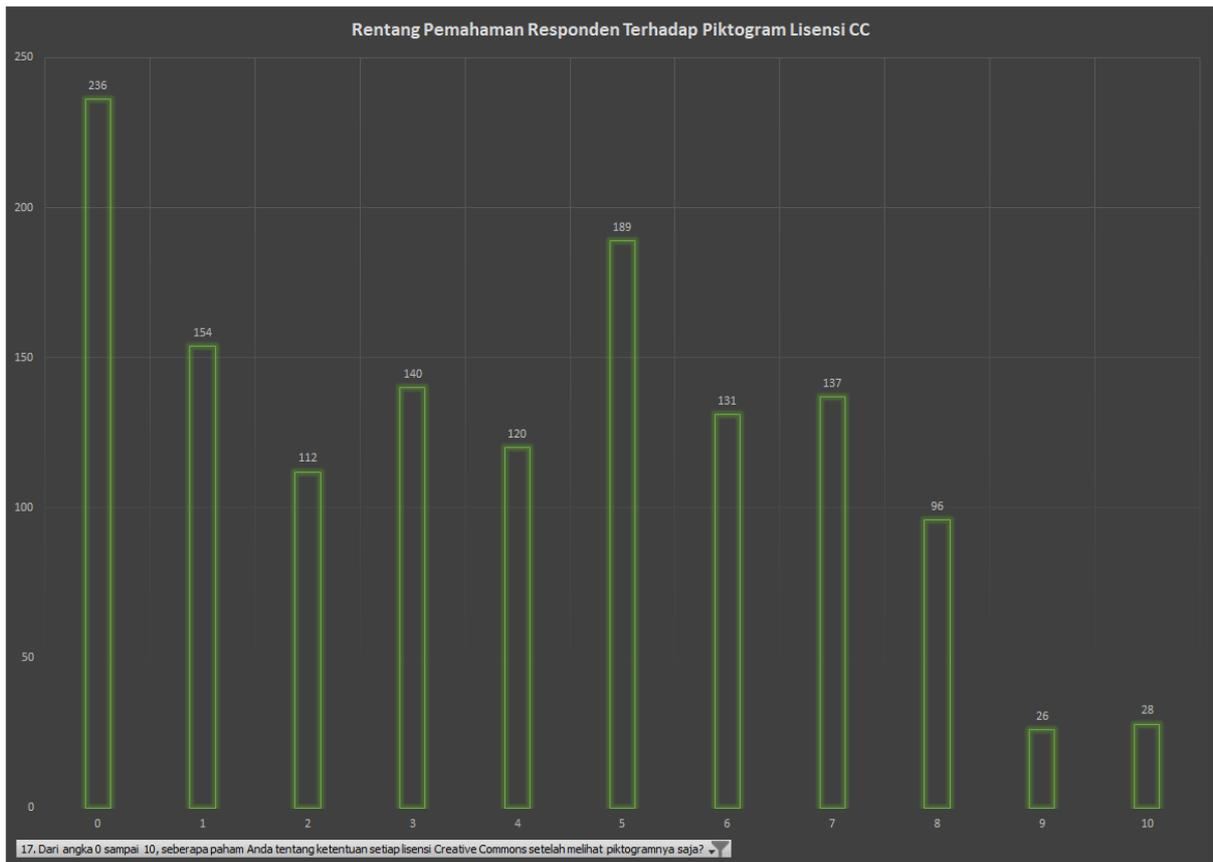
alami mengetahui bahwa tidak seluruh ciptaan berlisensi Creative Commons dapat langsung digunakan dalam kepentingan komersial dan digubah (*remix*) atau dibuat karya turunannya. Untuk ranah penggunaan ciptaan berlisensi Creative Commons secara langsung dalam kepentingan komersial, sebanyak **1214 responden** (pilihan terbanyak) berasumsi bahwa hal tersebut tidak dapat dilakukan. Di ranah penggunaan ciptaan berlisensi Creative Commons secara langsung untuk digubah maupun dibuat karya turunannya, sebanyak **1112 responden** (pilihan terbanyak) berasumsi bahwa hal ini juga tidak dapat dilakukan.

CITRA DATA

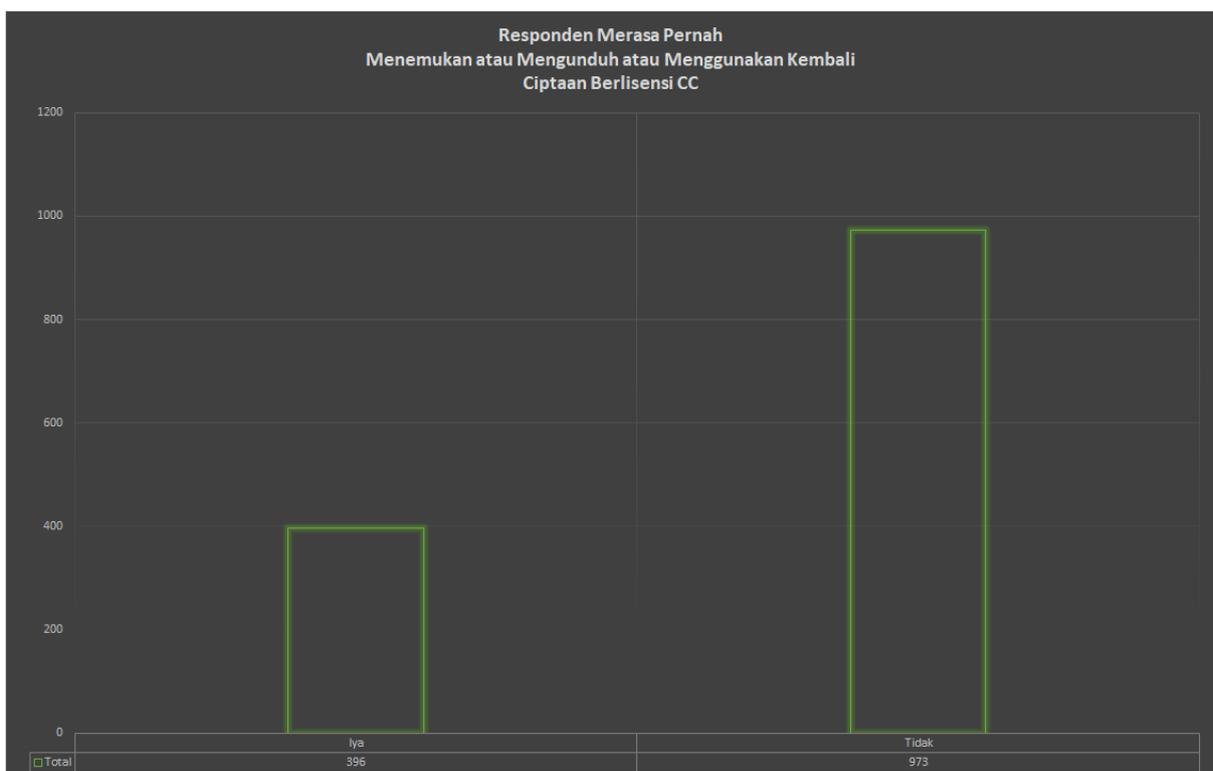
BAB III



3a Jumlah responden dengan pengalaman membaca dan pengetahuan tentang lisensi CC



3b Rentang pemahaman responden terhadap piktogram lisensi CC

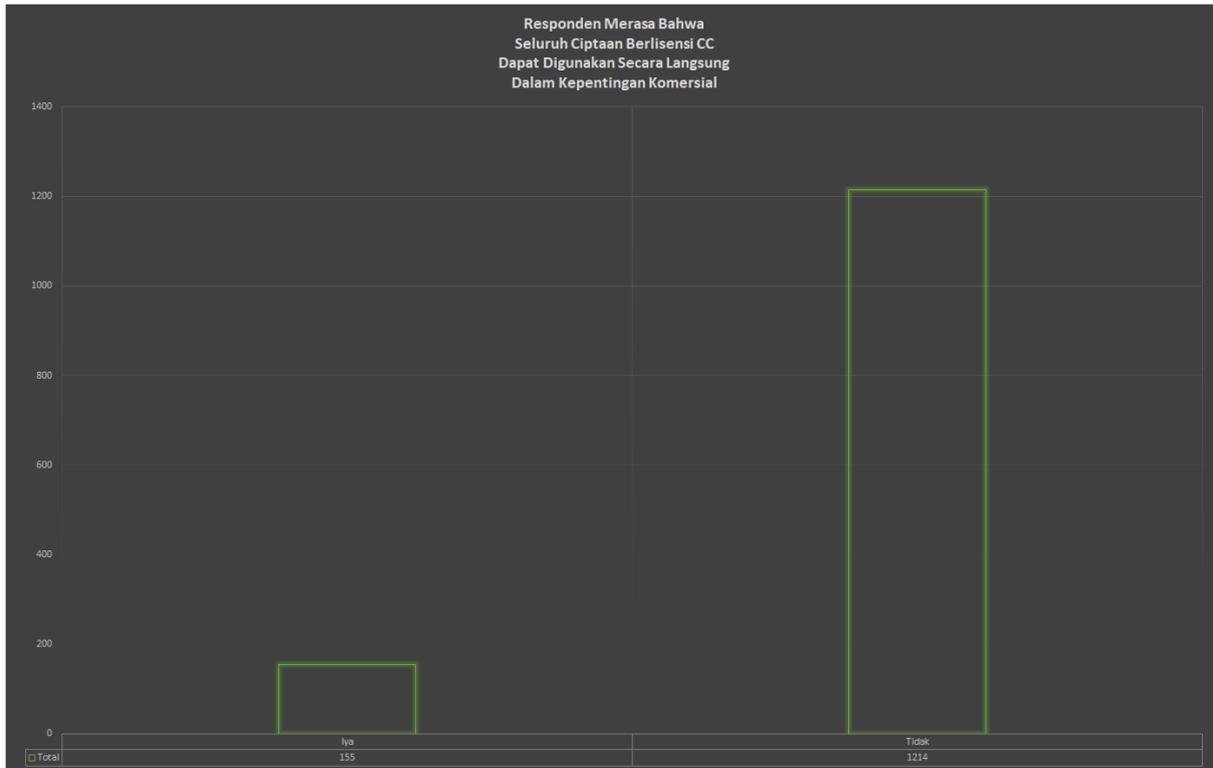


3c Responden merasa pernah menemukan atau mengunduh atau menggunakan kembali ciptaan berlisensi CC

Responden Merasa Bahwa
Seluruh Ciptaan Berlisensi CC
Dapat Diunduh dan Disebarkan kembali
Secara Langsung



3d Responden merasa bahwa seluruh ciptaan berlisensi CC dapat diunduh dan disebarluaskan kembali secara langsung



3e Responden merasa bahwa seluruh ciptaan berlisensi CC dapat digunakan secara langsung dalam kepentingan komersial



3f Responden merasa bahwa seluruh ciptaan berlisensi CC dapat digubah secara langsung

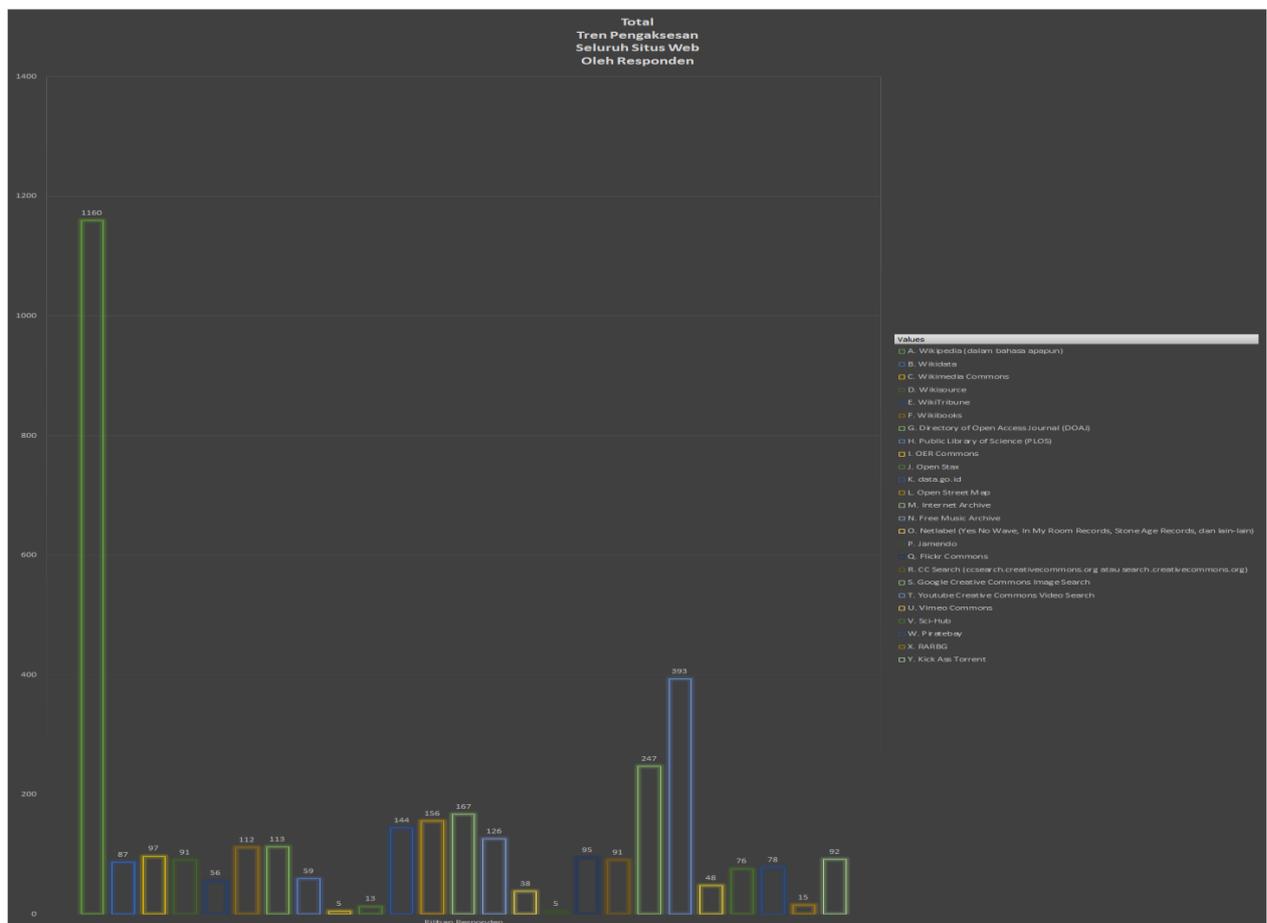
[Data mentah Bab III dapat Anda akses di Figshare \(CC BY 4.0 Internasional\)](#)

BAB 4

Tren akses situs web berdasarkan daftar survei oleh responden

Pada bagian terakhir, kami menyajikan nama-nama situs web yang menyediakan konten berlisensi Creative Commons maupun tidak. Tujuan penyajian pilihan ini ialah untuk mengidentifikasi tren situs web yang diakses oleh para responden. Terutama situs web-situs web penyedia konten gratis, baik yang legal maupun ilegal. Fungsi dari pertanyaan ini ialah untuk membandingkan kecenderungan akses responden terhadap konten gratis legal dan ilegal, termasuk melihat perbedaan tren aktivitas kunjungan di situs web-situs web penyedia konten gratis legal.

Untuk memberikan informasi yang spesifik, kami menyajikan data tren pengakses tiap-tiap situs web berdasarkan pilihan responden.



[Data mentah Bab IV dapat Anda akses di Figshare \(CC BY 4.0 Internasional\)](#)

BAB 5

KESIMPULAN

Temuan:

1. Mayoritas responden mengetahui namun belum pernah membaca Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta saat mengisi formulir survei;
2. Mayoritas responden mengakses konten berjenis teks (artikel berita, Buku elektronik, Artikel ilmiah, Undang-Undang, dll.);
3. Mayoritas responden hanya kadang-kadang mengunduh dan menyebarkan kembali konten daring yang ditemukan;
4. Mayoritas responden tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum mengunduh dan menyebarkan kembali konten daring yang ditemukan;
5. Mayoritas responden tidak pernah menggunakan kembali/menggubah (*remix*) konten daring yang ditemukan;
6. Mayoritas responden tidak pernah menjual kembali atau menggunakan konten daring yang ditemukan untuk kepentingan komersial;
7. Mayoritas responden cenderung menerapkan atribusi dengan menyebutkan nama pembuat konten, tautan sumber konten, dan nama situs web penyedia konten;
8. Mayoritas responden tidak mengetahui dan tidak pernah membaca lisensi Creative Commons saat mengisi formulir survei;
9. Mayoritas responden tidak pernah mengunduh dan menggunakan kembali ciptaan berlisensi Creative Commons saat mengisi formulir survei;
10. Mayoritas responden merasa tidak dapat memahami mengenai ketentuan lisensi Creative Commons hanya dengan melihat piktogramnya saja;
11. Mayoritas responden merasa bahwa ciptaan berlisensi Creative Commons tidak dapat langsung diunduh dan disebarluaskan kembali (digandakan);
12. Mayoritas responden merasa bahwa ciptaan berlisensi Creative Commons tidak dapat langsung digunakan dalam kepentingan komersial;
13. Mayoritas responden merasa bahwa ciptaan berlisensi Creative Commons tidak dapat langsung digubah atau dibuat karya turunannya.

Penyesuaian dengan norma

1. Di dalam survei ini mayoritas responden yang cenderung lebih sering mengakses konten teks, baik sebagai pencipta, pengguna ciptaan, atau keduanya, banyak dari mereka belum pernah membaca Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta saat mengisi formulir survei ini. Dapat diasumsikan bahwa saat mengisi formulir survei ini, kebanyakan dari pengisi formulir survei tidak memiliki basis pengetahuan yang kuat tentang perlindungan hak cipta. Hal ini tercermin pada poin nomor 4 bagian temuan ketika mayoritas responden tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum mengunduh dan menyebarkan kembali konten daring yang ditemukannya. Mayoritas responden mengaku tidak pernah mengubah dan/atau penggunaan konten daring untuk kepentingan komersial. Dalam konteks responden-responden yang mengaku pernah mengubah konten, kebanyakan dari mereka tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum menggunakan kembali atau mengubah konten yang ditemukan. Berlainan dengan konteks responden yang mengaku pernah menggunakan konten daring untuk kepentingan komersial, yang kebanyakan darinya meminta izin terlebih dahulu sebelum melakukan hal tersebut. Di ranah penerapan atribusi, kami menggunakan aturan penerapan atribusi yang baik oleh Creative Commons sebagai standar yaitu TASL (Title=Judul, Author=Nama Pencipta, Source=Sumber, License=Lisensi) dengan mengecualikan Lisensi. Hasil yang ditemukan ialah kebanyakan dari responden menyebutkan nama pembuat konten, tautan sumber konten, dan nama situs penyedia konten, setiap melaksanakan penerapan atribusi, hampir sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Creative Commons. Dari beberapa temuan di atas, dapat kami simpulkan bahwa, paling tidak untuk konteks responden pengisi survei ini, meskipun banyak dari mereka tidak memiliki basis pengetahuan yang kuat tentang perlindungan hak cipta, beberapa dari responden memiliki naluri untuk menaati etika penggunaan konten yang ada, hal itu tercermin paling tidak oleh pilihan-pilihan responden yang memohon izin sebelum mengubah dan/atau menggunakan konten untuk kepentingan komersial, juga bagaimana mereka memilih untuk menerapkan atribusi dengan baik.
2. Di dalam survei ini mayoritas responden yang cenderung lebih sering mengakses konten teks, baik sebagai pencipta, pengguna ciptaan, atau keduanya, banyak dari mereka belum pernah membaca Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta saat mengisi formulir survei ini. Dapat diasumsikan bahwa saat mengisi formulir survei ini, kebanyakan dari pengisi formulir survei tidak memiliki basis pengetahuan yang kuat tentang perlindungan hak cipta. Hal ini tercermin

pada poin nomor 4 bagian temuan ketika mayoritas responden tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum mengunduh dan menyebarkan kembali konten daring yang ditemukannya. Mayoritas responden mengaku tidak pernah menggubah dan/atau penggunaan konten daring untuk kepentingan komersial.

Dalam konteks responden-responden yang mengaku pernah menggubah konten, kebanyakan dari mereka tidak meminta izin terlebih dahulu sebelum menggunakan kembali atau menggubah konten yang ditemukan. Berlainan dengan konteks responden yang mengaku pernah menggunakan konten daring untuk kepentingan komersial, yang kebanyakan darinya meminta izin terlebih dahulu sebelum melakukan hal tersebut. Di ranah penerapan atribusi, kami menggunakan aturan penerapan atribusi yang baik oleh Creative Commons sebagai standar yaitu TASL (Title=Judul, Author=Nama Pencipta, Source=Sumber, License=Lisensi) dengan mengecualikan Lisensi. Hasil yang ditemukan ialah kebanyakan dari responden menyebutkan nama pembuat konten, tautan sumber konten, dan nama situs penyedia konten, setiap melaksanakan penerapan atribusi, hampir sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Creative Commons. Dari beberapa temuan di atas, dapat kami simpulkan bahwa, paling tidak untuk konteks responden pengisi survei ini, meskipun banyak dari mereka tidak memiliki basis pengetahuan yang kuat tentang perlindungan hak cipta, beberapa dari responden memiliki naluri untuk menaati etika penggunaan konten yang ada, hal itu tercermin paling tidak oleh pilihan-pilihan responden yang memohon izin sebelum menggubah dan/atau menggunakan konten untuk kepentingan komersial, juga bagaimana mereka memilih untuk menerapkan atribusi dengan baik.

