

Perlindungan Hukum terhadap *Talent Creator* atas Wanprestasi dalam Perjanjian dengan *Agency Manajement*

Fristy Celestia Modesty Fery¹, Yenny Yuniawaty²

¹²Universitas Kristen Maranatha

fristybaan@gmail.com¹, yenny.yuniawaty@gmail.com²

ABSTRACT

In the digital era, the profession of talent creators has become a key element in digital marketing. Agreements between talent creators and management agencies form the foundation of professional relationships to promote products or services. Breaches of contract by management agencies, such as failure to provide jobs (work opportunities) or delays in paying commissions, cause losses to talent creators both financially and in terms of reputation. Therefore, legal protection for talent creators against breaches in agreements with management agencies is necessary. This research employs a normative juridical method with a descriptive-analytical approach, which describes legal facts based on secondary data including primary legal materials such as the Civil Code (KUHPerduta) and Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (UU ITE), secondary legal materials in the form of literature and scientific journals, as well as tertiary legal materials such as legal dictionaries. In this research, the author uses a statutory approach to examine the provisions of contract law, and a conceptual approach to explore legal theories and doctrines in building an analytical framework. The research results indicate that breaches by management agencies, such as failure to provide jobs (work opportunities) and delays in paying commissions, cause losses to talent creators; therefore, talent creators can file claims for compensation against management agencies based on breaches as regulated in Article 1243 of the Civil Code (KUHPerduta). Legal protection is supported by Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (UU ITE), which recognizes the validity of digital evidence, enabling dispute resolution through mediation, arbitration, or litigation. This research recommends the preparation of detailed written agreements, due diligence on agencies, and the utilization of digital evidence to strengthen the legal position of talent creators, as well as the development of regulations to enhance transparency and accountability in the talent creator marketing industry in Indonesia.

Keywords: *talent creator, management agency, breach of contract, legal protection agreement*

ABSTRAK

Di era digital, profesi *talent creator* telah menjadi elemen kunci dalam pemasaran digital. Perjanjian antara *talent creator* dan *agency* manajemen menjadi landasan hubungan profesional untuk mempromosikan produk atau layanan. Wanprestasi yang dilakukan oleh *agency* manajemen, seperti kegagalan memberikan job (pekerjaan), terlambat membayar komisi, menimbulkan kerugian bagi *talent creator* baik secara finansial maupun reputasi. Oleh karena itu diperlukan Perlindungan hukum terhadap *talent creator* atas wanprestasi dalam perjanjian dengan *agency* manajemen. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan deskriptif analitis, yang mendeskripsikan fakta hukum berdasarkan data sekunder yang meliputi bahan hukum primer seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerduta) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), bahan hukum sekunder berupa literatur dan jurnal ilmiah, serta bahan

hukum tersier seperti kamus hukum. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan undang-undang untuk mengkaji ketentuan hukum perjanjian, dan pendekatan konseptual untuk menggali teori dan doktrin hukum dalam membangun kerangka analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wanprestasi *agency* manajemen, seperti kegagalan menyediakan job (pekerjaan) dan terlambat membayar komisi menimbulkan kerugian bagi *talent creator*, oleh karena itu *talent creator* dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada *agency* manajemen berdasarkan wanprestasi sebagaimana diatur dalam pasal 1243 KUHPerdara. Perlindungan hukum didukung oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mengakui keabsahan bukti digital, memungkinkan penyelesaian sengketa melalui mediasi, arbitrase, atau litigasi. Penelitian ini merekomendasikan penyusunan perjanjian tertulis yang rinci, *due diligence* terhadap *agency*, dan pemanfaatan bukti digital untuk memperkuat posisi hukum *talent creator*, serta pengembangan regulasi untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam industri pemasaran *talent creator* di Indonesia.

Kata Kunci: *talent creator*, agensi manajemen, wanprestasi, perlindungan hukum, perjanjian

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Twitter telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, dimanfaatkan oleh jutaan individu untuk komunikasi, berbagi narasi pribadi, dan mencari hiburan. Fenomena ini melahirkan profesi *talent creator*, yaitu individu yang memiliki kapasitas untuk mempengaruhi *audiens* berkat jumlah pengikut yang signifikan atau konten yang dianggap relevan dan menarik. *Talent creator* kini menjadi elemen sentral dalam ranah pemasaran, hiburan, dan edukasi.

Talent creator adalah sosok orang atau figur di media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan sesuatu yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku pengikutnya (Muhammad Khairul Rizal Surbakti, 2022). *Talent creator* sering dianggap sebagai *trendsetter* yang memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, atau YouTube untuk membangun popularitas melalui konten kreatif, seperti video atau postingan yang relevan dengan audiens target mereka.

Peran *talent creator* dalam pemasaran digital sangat vital, terutama dalam mempromosikan produk di *e-commerce*. *Talent creator* menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga persuasif dan menghibur untuk menarik perhatian audiens. Jembatan antara produsen dan konsumen, memanfaatkan kepercayaan dan hubungan emosional dengan audiens untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan (Muhammad Syukur, 2022). Pendekatan personal *talent creator*, seperti ulasan produk atau cerita pengalaman, membuat promosi terasa lebih nyata, sehingga meningkatkan keterlibatan konsumen.

Talent creator, sebagai figur digital yang berpengaruh di media sosial, biasanya fokus menciptakan konten menarik seperti video, foto, atau ulasan yang menghibur, informatif, atau menginspirasi audiens, sambil membangun komunitas setia melalui interaksi rutin seperti live streaming, balasan komentar, dan kolaborasi dengan kreator lain. *Talent creator* sering mempromosikan produk dari *brand* tertentu melalui *endorsement*, *review*, atau afiliasi, sehingga *agency* tertarik mengajak

talent creator untuk membuat perjanjian karena *talent creator* berpotensi memiliki jangkauan audiens yang luas dan dapat meningkatkan penjualan. Jika *talent creator* tertarik dan merasa cocok dengan nilai *brand*, maka dibuatlah perjanjian kerjasama yang merinci bayaran, jangka waktu promosi, dan kewajiban konten untuk memastikan kolaborasi yang saling menguntungkan.

Perjanjian antara *talent creator* dan *agency* manajemen diawali dengan *agency* manajemen melakukan penawaran kepada *talent creator* untuk memberikan kenaikan *followers*, memberikan job (pekerjaan) dan juga mendapatkan komisi, di mana *agency* manajemen bertindak sebagai perantara untuk mencari *brand* untuk kolaborasi, mengatur jadwal promosi, dan menyediakan dukungan seperti strategi pertumbuhan pengikut serta fasilitas produksi konten. Dalam struktur hubungan tripartit tersebut, *brand* sebagai pelaku usaha menempati kedudukan pihak ketiga yang hanya terikat perjanjian dengan *agency* manajemen melalui perjanjian *endorsement* yang berdiri sendiri. Mengacu pada asas relativitas perjanjian sebagaimana dimuat dalam Pasal 1340 KUHPerduta, *brand* tidak memiliki ikatan hukum langsung dengan *talent creator* dan karenanya tidak dapat ditarik sebagai tergugat atas wanprestasi yang dilakukan *agency* manajemen, sepanjang *brand* tidak mengetahui adanya pelanggaran, tidak turut serta secara aktif, dan tidak memperoleh keuntungan ekonomi, baik berupa penghematan biaya maupun eksposur tambahan dari kelalaian *agency* manajemen.

Di Indonesia, perjanjian antara *talent creator* dan *agency* manajemen tunduk pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerduta), yang menekankan *asas pacta sunt servanda*, di mana kedua pihak wajib memenuhi kewajiban secara timbal balik; *talent creator* berhak atas pembagian komisi yang adil dan transparansi finansial, sementara kewajibannya mencakup pembuatan konten berkualitas dan kepatuhan terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk menghindari promosi menyesatkan. Elemen krusial dalam perjanjian meliputi klausul pembagian komisi, durasi perjanjian, mekanisme penyelesaian sengketa, dan tanggung jawab atas kerugian, yang bertujuan mencegah konflik dan memastikan keberlanjutan hubungan profesional di era digital (Ni Putu Yuliana Ria Astuti, 2024).

Wanprestasi dalam perjanjian ini sering muncul ketika *agency* manajemen gagal memenuhi prestasi, seperti tidak memberikan job (pekerjaan) dan komisi yang dijanjikan, yang dapat menyebabkan kerugian finansial dan reputasi bagi *talent creator*, sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUHPerduta yang memungkinkan tuntutan ganti rugi atas kerugian material maupun immaterial.

Dalam perjanjian dengan *agency* manajemen, *talent creator* memiliki hak-hak utama seperti pembagian komisi yang adil dari setiap proyek promosi serta perlindungan atas hak kekayaan intelektual (HKI) konten yang dibuat, termasuk hak untuk mengungkapkan sponsor secara transparan guna menjaga kepercayaan audiens. Selain itu, *talent creator* berhak membatalkan perjanjian jika terjadi pelanggaran, seperti ketidakpatuhan *agency* manajemen terhadap klausul perjanjian, sesuai dengan asas *pacta sunt servanda* dalam KUHPerduta yang menekankan pemenuhan kewajiban timbal balik. Di sisi lain, kewajiban *talent creator* mencakup

pembuatan konten berkualitas tinggi, kepatuhan terhadap "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen" untuk memberikan informasi akurat dan tidak menyesatkan, serta kewajiban pengungkapan *sponsorship* agar menghindari risiko hukum seperti tuntutan dari konsumen atau *brand*. Kewajiban ini juga termasuk mempertimbangkan dampak etis konten, di mana *talent creator* wajib "memberikan pendapat namun mempertimbangkan akibatnya" untuk mencegah kerugian pihak ketiga (Shintya Putri Setiowati, 2022). Dengan demikian, hak dan kewajiban ini bertujuan menjaga keseimbangan dalam kolaborasi digital di Indonesia.

Talent creator sering mengalami kerugian signifikan akibat wanprestasi *agency* manajemen, seperti kehilangan pendapatan dari proyek yang gagal karena keterlambatan respon atau kurangnya transparansi dalam pemotongan komisi, yang menyebabkan hilangnya peluang kolaborasi dengan *brand* dan kerusakan reputasi profesional, wanprestasi dalam perjanjian digital antara *talent creator* dan *brand* memerlukan mekanisme penyelesaian hukum berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdara, di mana *talent creator* berhak atas kompensasi kerugian finansial dan immaterial. Hukum harus memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh pihak lain, dengan cara mengalokasikan kekuasaan atau hak kepada individu, seperti sebagai pihak lemah dalam hubungan kontraktual untuk bertindak dalam memenuhi kepentingannya (Satjipto Rahardjo, 2000), sehingga melindungi mereka dari eksploitasi *agency* manajemen melalui tuntutan ganti rugi dan pembatalan perjanjian. Kasus serupa di Indonesia, seperti gagal bayar dalam *platform* keuangan yang dipromosikan *talent creator*, menunjukkan kerugian hingga miliaran rupiah, menekankan pentingnya bukti perjanjian untuk klaim perlindungan hukum yang progresif dan berpihak pada keadilan sosial

Dinamika ini membuat penulis tertarik membahas judul "Perlindungan Hukum terhadap *talent creator* atas Wanprestasi dalam Perjanjian dengan *Agency* manajemen", karena kasus wanprestasi semakin marak terjadi di tengah pertumbuhan *agency talent creator* di Indonesia, di mana "wanprestasi dapat terjadi baik dari pihak *agency* manajemen maupun *talent creator*" dan menimbulkan kerugian ekonomi serta ketidakpastian hukum (Musthafa Syukur, 2022). Topik ini relevan untuk menyoroti perlunya literasi hukum bagi *talent creator* muda, terutama dalam menghadapi risiko seperti *breach of contract* (pelanggaran kontrak) yang dapat dihindari melalui pemahaman mendalam tentang remedies hukum (Tindakan hukum) seperti ganti rugi (Hanna Reda, 2025).

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Sifat penelitian ini bersifat deskriptif analitis, di mana peneliti mendeskripsikan fakta hukum secara apa adanya berdasarkan bahan-bahan hukum, kemudian menganalisisnya secara mendalam untuk menarik kesimpulan logis dan koheren. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan Undang-Undang dan pendekatan konseptual yang menggali konsep-konsep hukum, teori, dan doktrin dari para ahli untuk membangun kerangka pemikiran. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum

primer seperti undang-undang dan putusan pengadilan, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang menjelaskan bahan primer, serta bahan hukum tersier seperti ensiklopedia hukum, kamus, dan indeks yang memberikan ringkasan atau petunjuk ke bahan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjanjian Berdasarkan KUHPerdata

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Indonesia, perjanjian diartikan sebagai suatu tindakan hukum yang melibatkan satu pihak atau lebih yang secara sukarela mengikatkan diri kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban tertentu. Pasal 1313 KUHPerdata secara tegas menyebutkan bahwa "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih". Ketentuan ini menegaskan bahwa perjanjian bukan hanya sekadar kesepakatan lisan atau tertulis, tetapi merupakan tindakan hukum yang menciptakan hak dan kewajiban antarpihak. Dalam hukum perdata, perjanjian menjadi landasan utama terbentuknya perikatan, di mana para pihak dengan kehendak bebas sepakat untuk melaksanakan prestasi tertentu, seperti membayar sejumlah uang, menyerahkan barang, atau memberikan jasa. Definisi ini menekankan pentingnya kehendak bebas dalam perjanjian, sehingga elemen seperti paksaan atau penipuan dapat membatalkan keabsahannya.

Untuk dianggap sah dan mengikat secara hukum, sebuah perjanjian harus memenuhi empat syarat utama yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu: Kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat perjanjian, adanya suatu hal atau objek yang tertentu, serta suatu sebab yang halal atau tidak dilarang oleh hukum. Ketentuan ini memastikan bahwa perjanjian tidak hanya bersifat formal, tetapi juga memiliki substansi yang adil bagi semua pihak yang terlibat. Jika salah satu syarat tersebut tidak dipenuhi, perjanjian dapat dinyatakan batal demi hukum atau dapat dibatalkan, sehingga kehilangan kekuatannya di pengadilan. Dalam praktik hukum di Indonesia, pasal ini sering menjadi dasar dalam penyelesaian sengketa kontrak, di mana pengadilan menilai apakah perjanjian dibuat dengan itikad baik dan sesuai dengan asas keadilan.

Syarat pertama dari sebuah perjanjian yang sah adalah adanya kesepakatan antara para pihak, yang harus lahir dari kehendak bebas tanpa adanya cacat seperti penipuan, kekhilafan, atau tekanan. Kesepakatan ini terjadi ketika penawaran dan penerimaan bertemu tanpa pengaruh eksternal yang merugikan. Syarat kedua, yaitu kecakapan hukum, bertujuan melindungi individu yang tidak memiliki kapasitas hukum, seperti anak di bawah umur, orang dengan gangguan jiwa, atau mereka yang berada di bawah pengampuan. Ketentuan ini diatur lebih lanjut dalam Pasal 1329 hingga 1331 KUHPerdata, yang menetapkan bahwa hanya orang dewasa yang cakap hukum yang dapat mengikatkan diri dalam perjanjian, kecuali dengan persetujuan wali atau pengampu. Jika syarat kecakapan tidak terpenuhi, perjanjian dapat dinyatakan batal atau dibatalkan, sehingga mencegah penyalahgunaan terhadap pihak yang rentan dalam transaksi hukum.

Syarat ketiga dari perjanjian yang sah mensyaratkan adanya objek yang jelas dan dapat ditentukan, yang berupa prestasi seperti barang, jasa, atau hak, yang harus dipenuhi dan harus sesuai dengan hukum serta ketertiban umum. Syarat keempat, yaitu sebab yang halal, menegaskan bahwa tujuan atau alasan perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, norma kesusilaan, atau ketertiban umum, seperti perjanjian untuk melakukan tindakan kriminal atau yang merugikan pihak lain. Jika sebabnya tidak halal, perjanjian dianggap batal demi hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 1335 hingga 1337 KUHPPerdata. Kedua syarat ini memastikan bahwa perjanjian tidak hanya memenuhi aspek formal, tetapi juga memiliki nilai etis dan mendukung kepentingan masyarakat.

Secara menyeluruh, Pasal 1313 dan 1320 KUHPPerdata menjadi dasar hukum perjanjian di Indonesia, memastikan stabilitas dan keadilan dalam hubungan perjanjian. Di era digital dan globalisasi, syarat-syarat ini tetap relevan untuk diterapkan pada perjanjian elektronik atau lintas negara, selama sesuai dengan prinsip-prinsip KUHPPerdata. Pelanggaran terhadap syarat sah perjanjian dapat berujung pada pembatalan atau tuntutan ganti rugi, sehingga para pihak dianjurkan untuk mendokumentasikan perjanjian secara tertulis guna mempermudah pembuktian di pengadilan.

Perjanjian antara *Talent Creator* dan *Agency*

Dalam era digital saat ini, *talent creator* merujuk pada individu yang memiliki pengaruh signifikan di media sosial melalui konten kreatif berupa video, foto, atau tulisan yang menarik audiens besar, sering kali dimanfaatkan untuk mempromosikan produk atau layanan. *talent creator* biasanya beroperasi secara independen atau melalui *platform* seperti Instagram, TikTok, atau YouTube, di mana mereka membangun komunitas berdasarkan topik atau minat tertentu, seperti kecantikan, gaya hidup, atau teknologi. Sementara itu, *agency* manajemen, adalah perusahaan yang bertindak sebagai perantara profesional antara *talent creator* dan *brand* atau perusahaan pemasaran. *Agency* manajemen ini bertanggung jawab atas negosiasi perjanjian, pengelolaan jadwal, strategi konten, dan pembagian komisi, sehingga memungkinkan *talent creator* fokus pada kreasi, sementara *agency* manajemen menangani aspek bisnis. Hubungan ini semakin populer di Indonesia seiring pertumbuhan industri pemasaran digital, di mana *agency* manajemen membantu *brand* mencapai target *audiens* melalui jaringan *talent creator* yang luas. Perjanjian baku, sebagai perjanjian standar yang disusun sepihak oleh *agency* manajemen atau *brand*, mengatur hak dan kewajiban seperti lingkup kerja, jadwal publikasi, kompensasi, dan penyelesaian sengketa, dianggap sah berdasarkan Pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 selama tidak melanggar kebebasan berkontrak, kepatutan, dan ketertiban umum, meskipun sering menimbulkan ketidakseimbangan karena posisi tawar *talent creator* yang lebih lemah.

Perjanjian antara *talent creator* dan *agency* manajemen umumnya meliputi beberapa jenis untuk mengatur perjanjian jangka panjang. Pertama, perjanjian manajemen atau *talent management agreement* mengikat *talent creator* dengan *agency* manajemen untuk jangka waktu tertentu, biasanya 6 bulan hingga 2 tahun, di

mana *agency* manajemen mendapat komisi 15-30% dari pendapatan *talent creator* sebagai imbalan atas layanan seperti mencari klien, negosiasi, dan pengembangan karir. Kedua, kontrak *endorsement* atau perjanjian promosi berfokus pada proyek spesifik, mengatur pembuatan konten promosi seperti postingan berbayar, dengan ketentuan seperti jumlah unggahan, penggunaan hashtag tertentu, dan batas waktu penyelesaian. Ketiga, klausul *non-disclosure agreement* (NDA atau perjanjian mengikat para pihak) dan klausul eksklusivitas sering dimasukkan, yang melarang *talent creator* mengungkapkan informasi rahasia *brand* atau bekerja dengan pesaing selama masa perjanjian, sementara *agency* manajemen menjaga kerahasiaan strategi pemasaran. Kontrak-kontrak ini perlu dibuat secara tertulis untuk mencegah sengketa, sesuai dengan Pasal 1313 KUHPerdara yang menekankan adanya kesepakatan berdasarkan kehendak bebas.

Keabsahan suatu perjanjian elektronik di Indonesia diatur berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdara), yang mensyaratkan empat elemen utama: kesepakatan para pihak, kecakapan hukum, objek yang jelas, dan sebab yang halal. Ketentuan ini diperkuat oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), khususnya Pasal 18 ayat (1), yang menetapkan bahwa perjanjian elektronik memiliki kekuatan hukum yang mengikat bagi para pihak yang terlibat. Kesepakatan dalam perjanjian harus dilakukan tanpa adanya unsur paksaan, penipuan, atau kekeliruan, sehingga mencerminkan kehendak bebas (Subekti, 2019). Kecakapan hukum mengharuskan pihak-pihak, misalnya *talent creator*, berusia minimal 21 tahun atau diwakili oleh wali hukum jika belum cukup umur, untuk memastikan kapasitas hukum mereka (Saparyanto, 2021). Objek perjanjian harus spesifik, seperti target jumlah pengikut atau tingkat keterlibatan (*engagement*) yang terukur, agar tidak menimbulkan ambiguitas (Salsabila, 2023). Sementara itu, sebab halal menjamin bahwa isi perjanjian tidak bertentangan dengan hukum, moral, atau etika, seperti menghindari konten yang menipu atau melanggar standar periklanan. Dalam praktiknya, *agency* manajemen sering kali memasukkan klausul penalti untuk mengantisipasi wanprestasi, seperti pembatalan perjanjian jika *talent creator* tidak memenuhi target yang disepakati. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui mediasi atau jalur pengadilan perdata untuk memastikan keadilan bagi kedua belah pihak.

Potensi risiko dalam perjanjian ini mencakup pelanggaran hak cipta atas konten atau praktik persaingan yang tidak sehat, di mana *agency* manajemen dapat menuntut kompensasi jika *talent creator* melanggar klausul eksklusivitas, sementara *talent creator* berisiko dieksploitasi melalui komisi tinggi tanpa jaminan komisi. Perlindungan hukum bagi *talent creator* diatur melalui asas itikad baik berdasarkan Pasal 1338 KUHPerdara, yang mewajibkan *agency* manajemen untuk bersikap transparan dalam pembagian keuntungan, serta memanfaatkan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif seperti arbitrase untuk efektivitas. Di Indonesia, kasus wanprestasi dalam *endorsement* media sosial semakin meningkat, mendorong penyusunan perjanjian yang lebih seimbang, termasuk klausul *force majeure* untuk mengatasi masalah seperti pembatasan platform akibat kebijakan pemerintah.

Wanprestasi Agency Manajemen Dalam Perjanjian Dengan Talent Creator

Perikatan merujuk pada hubungan hukum yang mengikat dua pihak atau lebih, menciptakan hak dan kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yang dapat berasal dari perjanjian dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Prestasi dalam konteks perikatan adalah kewajiban yang wajib dipenuhi oleh debitur, yang mencakup pemberian sesuatu, pelaksanaan suatu tindakan, atau menahan diri dari melakukan suatu tindakan tertentu, sesuai dengan Pasal 1234 KUHPerdata. Wanprestasi terjadi apabila debitur gagal memenuhi kewajibannya sebagaimana disepakati dalam perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1238 KUHPerdata, yang dapat berwujud tidak melaksanakan prestasi sama sekali, melaksanakan prestasi yang tidak sesuai dengan kesepakatan, keterlambatan dalam pelaksanaan prestasi, atau melakukan tindakan yang dilarang.

Wanprestasi oleh *agency* manajemen dalam perjanjian dengan *talent creator* merujuk pada pelanggaran atau kegagalan memenuhi kewajiban yang telah disepakati, sebagai pihak yang mengelola, menegosiasikan kontrak, dan mendistribusikan pendapatan dari perjanjian promosi atau *endorsement* digital. Menurut Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), wanprestasi terjadi apabila *agency* manajemen tidak melaksanakan kewajiban yang dijanjikan, seperti tidak berhasil mendapatkan klien baru, terlambat membayar komisi, atau melanggar klausul eksklusivitas dengan bekerja sama bersama kompetitor *talent creator* tanpa izin. Dalam ranah digital, pelanggaran ini sering kali mencakup ketidaksesuaian dengan jadwal pembayaran yang ditetapkan dalam *talent management agreement*, di mana *agency* manajemen memperoleh komisi sebesar 15-30% dari pendapatan *talent creator* sebagai imbalan atas layanan profesional mereka. Wanprestasi seperti ini tidak hanya menimbulkan kerugian finansial bagi *talent creator*, tetapi juga dapat menghambat kemajuan karir mereka, terutama jika *agency* manajemen tidak mempromosikan profil *talent creator* sesuai kesepakatan, sehingga melanggar asas itikad baik yang diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata.

Contoh nyata pelanggaran perjanjian oleh *agency* manajemen adalah tidak transparannya pembagian hasil *endorsement*, seperti menyembunyikan rincian komisi atau memanipulasi data *engagement* (tingkat keterlibatan) untuk mengurangi pembayaran kepada *talent creator*. Selain itu, *agency* manajemen dapat melakukan wanprestasi dengan menyebarkan informasi rahasia milik *talent creator*, seperti strategi konten atau data pribadi, yang melanggar ketentuan *non-disclosure agreement (NDA)* dalam perjanjian. Di Indonesia, kasus semacam ini semakin sering terjadi seiring berkembangnya industri *talent creator marketing*, di mana *agency* manajemen kerap memanfaatkan posisi dominannya untuk menunda pembayaran atau tidak memberikan laporan keuangan secara rutin, yang menyebabkan *talent creator* mengalami kerugian immaterial, seperti kehilangan kepercayaan dari *brand* lain. Wanprestasi ini dapat diklasifikasikan sebagai kegagalan memenuhi kewajiban secara utuh, keterlambatan, atau pelaksanaan kewajiban yang tidak sesuai, sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdata yang juga berlaku untuk

perjanjian elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Akibat hukum dari wanprestasi agency manajemen terhadap *talent creator* meliputi tuntutan ganti rugi dan pembatalan perjanjian. Berdasarkan Pasal 1243-1244 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), *talent creator* sebagai pihak kreditur dapat menuntut kompensasi materiil, seperti komisi yang belum dibayarkan, dan immateriil, seperti kerugian reputasi, yang dihitung berdasarkan kerugian nyata dan potensi keuntungan yang hilang. Pembatalan perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1266 KUHPerdata, memungkinkan *talent creator* untuk mengakhiri perjanjian secara sepihak jika pelanggaran dianggap signifikan, sementara *agency* manajemen dapat dikenakan denda atau penalti sesuai ketentuan perjanjian. Dalam praktiknya, penyelesaian sengketa sering dilakukan melalui mediasi atau arbitrase untuk menghindari proses pengadilan yang berkepanjangan, tetapi jika kasus sampai ke pengadilan, putusan dapat mewajibkan *agency* manajemen membayar bunga atas keterlambatan atau mengembalikan aset digital, seperti hak atas konten. Akibat hukum ini bertujuan untuk memulihkan posisi *talent creator* ke kondisi semula sekaligus mencegah praktik tidak etis dalam industri pemasaran digital.

Perlindungan Hukum terhadap *Talent Creator* atas Wanprestasi yang Dilakukan oleh *Agency* Manajemen

Perlindungan hukum bagi *talent creator* di Indonesia terhadap wanprestasi oleh *agency* manajemen didasarkan pada prinsip hukum perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1243 yang mengatur bahwa setiap perbuatan yang tidak memenuhi kewajiban sesuai perjanjian merupakan wanprestasi, yang memicu hak bagi pihak yang dirugikan untuk menuntut ganti rugi atau pembatalan perjanjian. Dalam konteks *talent creator* dan *agency* manajemen, perlindungan ini mencakup jaminan atas prestasi yang dijanjikan seperti pencarian job, pembayaran tepat waktu, dan dukungan fasilitas, yang sering diatur dalam *talent management agreement*. *Agency* manajemen sebagai pihak yang bertindak sebagai perantara wajib mematuhi asas itikad baik (Pasal 1338 KUHPerdata), sehingga kegagalan seperti keterlambatan respon terhadap *brand* atau pemotongan komisi tidak wajar dapat dikategorikan sebagai wanprestasi, baik berupa tidak memenuhi prestasi sepenuhnya, terlambat, atau tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga melengkapi perlindungan ini dengan mengakui keabsahan perjanjian digital dan bukti elektronik seperti chat atau email sebagai alat bukti yang sah, sehingga memudahkan *talent creator* agar dapat menuntut haknya tanpa hambatan formal.

Sebagai contoh, pertimbangkan kasus seorang *talent creator* yang direkrut oleh *agency* manajemen melalui rekomendasi teman, di mana *agency* manajemen menjanjikan 4-5 job (pekerjaan) per bulan dengan pembayaran setiap tanggal 30, serta fasilitas seperti editor pribadi, lokasi pembuatan konten, dan peningkatan jumlah pengikut, yang semuanya disepakati dalam perjanjian berdurasi 6 bulan. Pada

dua bulan pertama, janji ini dipenuhi, namun mulai bulan ketiga, *talent creator* tidak mendapatkan pekerjaan sama sekali, meskipun banyak *brand* menghubunginya melalui media sosial. Ketika pertanyaan dari *brand* dialihkan ke *manajer agency* manajemen, namun tidak ada tanggapan, sehingga peluang kerja sama hilang. *Agency* manajemen beralasan bahwa manajer mengelola banyak talent, yang dianggap sebagai pembenaran tidak profesional oleh *talent creator*. Komunikasi yang buruk memperparah situasi, dengan *talent creator* harus terus-menerus mengejar informasi pekerjaan dan hanya mendapat respon lambat. Puncaknya, dalam proyek *endorsement* dengan sebuah salon, *talent creator* seharusnya menerima Rp. 4.000.000,- tetapi hanya mendapat Rp. 1.650.000,- karena *agency* manajemen membagi komisi dengan *agency* manajemen lain tanpa pemberitahuan, yang merupakan bentuk wanprestasi terselubung akibat ketidaktransparanan dalam pembagian komisi.

Akibat hukum dari wanprestasi oleh *agency* manajemen mencakup kewajiban untuk membayar ganti rugi materiil, seperti selisih komisi atau kehilangan peluang kerja, serta immateriil, seperti kerusakan reputasi atau hilangnya kepercayaan dari *brand*, sebagaimana diatur dalam Pasal 1244 KUHPerdata. Dalam kasus tersebut, *talent creator* berhak menuntut pengembalian komisi yang dipotong secara tidak sah (Rp. 2.350.000,- dari proyek salon) ditambah bunga keterlambatan, serta kompensasi atas pekerjaan yang hilang karena lambatnya respon *agency* manajemen, yang dapat dihitung berdasarkan rata-rata pendapatan sebelumnya. Selain itu, *talent creator* dapat mengajukan pembatalan perjanjian secara sepihak berdasarkan Pasal 1266 KUHPerdata jika wanprestasi dianggap esensial (terjadi atas kelalaian), misalnya karena kelalaian *agency* manajemen dalam memenuhi janji utama perjanjian, sehingga *talent creator* dapat terbebas dari ikatan perjanjian 6 bulan tanpa dikenakan penalti. Perlindungan ini diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen jika *agency* manajemen dianggap sebagai penyedia jasa.

Mekanisme penyelesaian sengketa untuk kasus tersebut dapat dimulai dengan mengirimkan somasi tertulis kepada *agency* manajemen untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka waktu tertentu, dilanjutkan dengan mediasi melalui lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau arbitrase di Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) untuk proses yang lebih efisien, sebelum akhirnya mengajukan gugatan ke pengadilan negeri. Dalam praktiknya, *talent creator* seperti dalam kasus ini disarankan untuk mengumpulkan semua bukti guna memperkuat posisi hukumnya dan berkonsultasi dengan pengacara yang ahli dalam hukum digital (Subekti, 2010). Reformasi terbaru, seperti rancangan regulasi pemasaran *talent creator* dari Kemenkominfo, semakin memperkuat perlindungan dengan mewajibkan transparansi dalam perjanjian.

Perlindungan hukum ini menyoroti pentingnya kontrak yang rinci dan audit independen untuk mencegah eksploitasi, memastikan *talent creator* tidak hanya dianggap sebagai talenta kreatif, tetapi juga sebagai subjek hukum yang terlindungi. Kasus tersebut menggambarkan kerentanan *talent creator* pemula, sehingga pendidikan hukum menjadi sangat penting untuk menghindari keputusan terburu-

buru, seperti mengakhiri kontrak tanpa menuntut secara formal, yang dapat menyebabkan hilangnya hak atas ganti rugi.

KESIMPULAN

Perjanjian antara *talent creator* dan *agency* manajemen di Indonesia diatur oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Pasal 1313 dan 1320, yang menjadi landasan hukum utama untuk menjamin keabsahan perjanjian dalam hubungan kontraktual di era digital. Keabsahan perjanjian ini mensyaratkan adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, objek yang jelas, dan sebab yang halal, yang diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) untuk perjanjian berbasis elektronik. Dalam praktiknya, perjanjian seperti *talent management agreement*, perjanjian *endorsement*, serta klausul seperti *non-disclosure agreement* (NDA) dan eksklusivitas mengatur kerja sama antara *talent creator* dan *agency* manajemen, memastikan transparansi dan keadilan dalam pembagian komisi serta pengelolaan konten. Namun, risiko wanprestasi oleh *agency* manajemen, seperti keterlambatan pembayaran, pemotongan komisi, atau kegagalan memenuhi janji promosi, sering kali merugikan *talent creator* secara finansial dan reputasi, sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdata.

Akibat hukum dari wanprestasi tersebut mencakup hak *talent creator* untuk menuntut ganti rugi baik materiil maupun immateriil, serta opsi pembatalan perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdata, yang memungkinkan *talent creator* sebagai kreditur untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian aktual atau kerugian yang dapat diukur secara finansial, termasuk bunga atas keterlambatan serta ganti kerugian atas kerusakan reputasi. Perlindungan hukum ini dapat diwujudkan melalui mekanisme seperti somasi, mediasi, arbitrase, atau proses litigasi di pengadilan perdata, yang diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mengesahkan bukti digital sebagai alat pembuktian yang sah. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan penguatan klausul kontrak yang lebih adil, pelaksanaan audit independen, serta pengembangan regulasi pemerintah untuk menjamin akuntabilitas *agency* manajemen, guna membangun ekosistem kolaborasi yang seimbang dan berkelanjutan dalam industri pemasaran *talent creator* di Indonesia.

SARAN

Untuk meminimalkan risiko wanprestasi dan memastikan perlindungan hukum yang optimal dalam perjanjian antara *talent creator* dan *agency* manajemen di Indonesia, para *talent creator* disarankan untuk selalu menyusun perjanjian secara tertulis dan rinci, mencakup klausul-klausul esensial seperti pembagian komisi yang transparan, jadwal pembayaran tepat waktu, dan pemberian job yang sesuai. Selain itu, sebelum menandatangani perjanjian, *talent creator* sebaiknya melakukan *due diligence* (proses investigasi) terhadap *agency* manajemen, seperti memeriksa reputasi melalui ulasan online atau rekomendasi dari sesama *talent creator*, serta berkonsultasi dengan pengacara spesialis hukum digital untuk memverifikasi

kesesuaian isi perjanjian antara agency manajemen dan *talent creator* dengan per 1320 KUHPerduta dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sehingga menghindari cacat kehendak seperti kerugian yang dialami oleh *talent creator*. Sementara kedua belah pihak dapat memanfaatkan platform digital untuk mendokumentasi bukti perjanjian yang diadakan antara *agency* manajemen dan *talent creator*, seperti email atau chat, guna memperkuat posisi dalam kasus potensial wanprestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Ni Putu Yuliana Ria., I Made Dwi Mahardika Putra., dan I Made Aditya Mantara Putra. (2024). Analisis Hukum terhadap Wanprestasi pada Perjanjian Kerjasama antara Influencer dan Brand pada Platform Digital. *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 14(8).
- Badruzaman, Mariam Darus. (1993). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: Buku III tentang Perjanjian*. Balai Pustaka.
- Bisnis.com. *OJK Jelaskan Soal Regulasi Influencer Keuangan, Aturan Ditarget Terbit Semester II/2025*.
<https://finansial.bisnis.com/read/20250312/55/1860682/ojk-jelaskan-soal-regulasi-influencer-keuangan-aturan-ditarget-terbit-semester-ii2025>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2025.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Rahardjo, Satjipto. (2000). *Ilmu Hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Salsabila, D., dan Ispriyarso B. (2023). Efektivitas Keabsahan Kontrak Elektronik Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(2).
- Salsabila, Hanna Reda Fairuz. (2025). Analisis Hukum terhadap Wanprestasi pada Perjanjian Kerjasama antara Influencer dan Brand pada Platform Digital, *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 14(8).
- Saparyanto. (2021). Perkembangan Keabsahan Kontrak Elektronik di Indonesia, *Jurnal Hukum dan Pembangunan ekonomi*, 9(1).
- Setiowati, Shintya Putri., dan Mohammad Zamroni. (2022). Tanggung Jawab Perdata Influencer terhadap Kerugian Konsumen Akibat Endorsement Iklan Palsu, *Notaire*, 5(1).
- Subekti, R. (2023). *Hukum Perjanjian*. Intermasa.
- Surbakti, Muhammad Khairul Rizal., G. Wijayanto., dan E. A. Pailis. (2022). Pengaruh Influencer, Lifestyle dan Brand Image terhadap Impulse Buying di E-Commerce (Studi Kasus pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Syukur, Muhammad., dan Salsabila. (2022). Influencer Impact: Solusi Produsen dalam Mempromosikan Produk, *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi, dan Bisnis*, 7(2).
- Syukur, Musthafa., dan Saida Salsabila. (2022). INFLUENCER IMPACT; SOLUSI PRODUSEN DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK, *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Syariah, dan Perbankan*, 8(2).

As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga

Volume 8 Nomor 1 (2026) 132-144 E-ISSN 2656-8152 P-ISSN 2656-4807

DOI: 10.47476/assyari.v8i1.10323

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Zoom Digital. *Influencer Marketing: An In-Depth look at Marketing's Next Big Thing*.

<https://zoomdigitalnew.zoomdevdxb.com/influencer-marketing-an-in-depth-look-at-marketings-next-big-thing>, diakses pada 10 Oktober 2025.