

WACANA HAK-HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM PENCIPTAAN KARYA DESAIN GRAFIS

Baskoro S. Banindro

Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra
dan
Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

ABSTRAK

Karya desain grafis pada hakekatnya merupakan buah pikir dari serangkaian proses kreatif setelah melalui beberapa tahap *layout* secara komprehensif. Karya desain biasanya identik dengan *style* seseorang dalam menghasilkan karya, yang tidak lain merupakan produk kekayaan intelektual desainer yang patut untuk dilindungi.

Hak-hak atas kekayaan intelektual sebagai produk hukum disisi lain berupaya melindungi produk grafis atas penciptaan seorang desainer melalui perangkat UU Hak Cipta dan Merek.

Kata kunci: HAKI, Desain grafis, Hak Cipta dan Merek.

ABSTRACT

Graphic design product is produced by many creative process after many lay out, have been made comprehensively. While producing design, graphic designer usually have their own style. Style that is produced by graphic designer is an intellectual property product that must be protected.

In other way, the right of intellectual property as a law product, trying to protect the creation of graphic designer throught the law of mark and copy right.

Keyword: *Intelectual property right, graphic design, law of mark and copy right.*

PENDAHULUAN

Memang belantara kreativitas sangat luas. Terkadang *how to say* sama, tetapi *what to say* berbeda. Atau, *how to say* berbeda, namun *what to say* nya sama.

Demikian beberapa kalimat petikan tulisan Eki Thadan selaku *Art Director* Deliad Communication Jakarta pada kolom surat pembaca di majalah *Cakram* edisi 1997, tatkala mengomentari adanya pemuatan iklan dari biro iklan Ammirati Puris Lintas di majalah serupa yang menurutnya “hampir sama” dengan iklan kreasi biro iklannya delapan bulan

sebelumnya.¹ Komplain serupa pernah dilakukan oleh PT. Infomedia Nusantara² melalui surat pembaca pada majalah *Cakram* 1997 dengan nada “agak tinggi” terhadap desain kreatif biro iklan Pelita Alembana: “kami ingin mengajukan beberapa pertanyaan, apakah etis dan lazim dalam dunia periklanan meniru ide dari iklan-iklan yang sudah terbit lebih dahulu?”

Dugaan plagiasi ide kreatif hanya dapat dipendam “dalam benak” atau diungkapkan “sebatas rasa kesal” tanpa penyelesaian berarti. Apakah “tuduhan” di atas memang benar, azas pembuktian apa yang dapat diterapkan, atau kriteria apa saja yang dapat dipakai sebagai “alat ukur?”. Dua kasus itu merupakan contoh kecil dari sekian banyak produk grafis yang patut diduga terjadi plagiasi kreatif.

HAK-HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL (HAKI) DAN RUANG LINGKUPNYA

Obyek HAKI ialah ciptaan, hasil buah pikiran, atau intelektualita manusia. Oleh sebab itu dinamakan Hak Atas Kekayaan Intelektual atau *Intellectual property*.³ Peraturan Hak-hak Atas Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right*) yang telah disahkan oleh DPR RI sebagai UU di bidang HAKI pada tanggal 21 Maret 1997,⁴ adalah hak-hak secara hukum yang berhubungan dengan permasalahan hasil penemuan dan kreativitas seseorang atau beberapa orang yang berhubungan dengan perlindungan permasalahan reputasi dalam bidang komersial (*commercial reputation*) dan tindakan / jasa dalam bidang komersial (*goodwill*).⁵

Ruang lingkup HAKI meliputi kesusasteraan, pekerjaan seni, perfilman, pemrograman komputer (hak cipta), penemuan-penemuan (*invention*) / hak paten, desain dan merek untuk keperluan perdagangan dan jasa (merek). Dewasa ini HAKI berada di bawah Direktorat Jenderal Hak-hak Atas Kekayaan Intelektual, Departemen Hukum dan Perundang-undangan Republik Indonesia.

¹ Deliad mengatakan “tanpa sengaja” memuat desain ILM tentang maraknya kejahatan dengan *key visual* yang sama yaitu *close-up* seorang pria dan borgol setahun lebih dulu, di *Suara Pembaharuan* dan *Bisnis Indonesia*, edisi Desember 1996.

² Penerbit resmi buku panduan telepon PT. TELKOM

³ Nico Kanzil. 1995. “Implementasi Undang-undang PATEN dan Implikasinya Bagi Pengembangan Industri di Indonesia”. Makalah Seminar Nasional Sosialisasi Paten di Indonesia di FH UGM Yogyakarta.

⁴ Hak Cipta, Merek, dan Paten di Indonesia telah dirintis kembali sejak tahun 1969, (setelah sebelumnya dibekukan oleh Bung Karno pada tahun 1958 dengan menyatakan Indonesia ke luar dari Trip’s) dengan dekret Presiden No. 39 tahun 1969.

⁵ www.jkthaki.net.id

HAK CIPTA (UU No. 12 TAHUN 1997)

Hak cipta adalah perlindungan yang diberikan kepada pemegangnya atas hasil karya ciptanya. Perlindungan ini merupakan bagian dari hak atas kekayaan intelektual yang mempunyai hubungan erat dengan kesenian dan estetika, yang juga berujung pada kepentingan industrial. Di Indonesia hak cipta dilindungi melalui UU RI No.12 Tahun 1997 j.o. UU No.7 Tahun 1987 tentang perubahan atas UU No. 6 Tahun 1982 tentang hak cipta. Perlindungan tambahan yang penting dalam UU Hak Cipta No. 12 tahun 1997 adalah hak atas pertunjukan, penyiaran, ketentuan-ketentuan lisensi, dan hak-hak moral.⁶

Hak cipta diberikan kepada pencipta atas karya ciptanya, orang/kelompok/ badan hukum yang menerima hak tersebut dari pemegangnya, atau orang/ kelompok/badan hukum yang menerima hak cipta dari orang/kelompok/badan hukum yang disertai hak cipta oleh pemegangnya. Hak kepemilikan didapatkan secara otomatis begitu seseorang menghasilkan karya cipta. Tidak ada keharusan untuk mendaftarkannya pada suatu badan pengelola HAKI. Akan tetapi hak cipta yang terdaftar akan sangat berguna untuk proses penyelesaian jika terjadi pelanggaran terhadap hak cipta tersebut.

Hak cipta bukan melindungi suatu ide atau konsep, tetapi melindungi bagaimana ide atau konsep itu diekspresikan dan dikerjakan. Tidak diperlukan pengujian, tetapi karya harus *original*, dibuat sendiri, bukan *copy* dari sumber lain, dan penciptanya harus berkontribusi tenaga dan keahlian. Hak cipta melindungi bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang meliputi 1) buku, pamflet, dan semua hasil karya tulis lainnya, 2) ceramah, kuliah, pidato dan sebagainya, 3) cipta seni musik, karawitan, drama, tari, pewayangan, pantomim, dan karya siaran antara lain untuk media radio, t.v., film, dan rekaman video, 4) cipta karya tari (koreografi), ciptaan lagu atau musik dengan atau tanpa teks, dan karya rekaman suara atau bunyi, 5) cipta seni rupa seperti seni lukis, pahat, patung & kaligrafi, 6) seni batik, 7) arsitektur, 8) *engineering drawing* dan spesifikasinya, 9) sinematografi, 10) fotografi, 11) program komputer, *data base*, dan 12) terjemahan, saduran, tafsir, penyusunan bunga rampai dan lain-lainnya.⁷

⁶ ibid.

⁷ ibid.

Lama perlindungan hak cipta berbeda-beda. Hasil karya asli diberikan seumur hidup ditambah 50 tahun semenjak penciptanya meninggal dunia. Dalam konteks perusahaan perlindungan ini diberikan selama 75 tahun. Karya *derivative* (turunan) diberikan selama 50 tahun. Karya fotografi, program komputer, terjemahan, saduran dan penyusunan bunga rampai diberikan selama 25 tahun.

Beberapa segi positif dari pendaftaran hak cipta antara lain 1) pencipta/pemegang hak cipta memperoleh kepastian hukum setelah pendaftaran hak ciptanya disahkan oleh pejabat yang berwenang, 2) apabila terjadi sengketa tentang hak cipta, umumnya ciptaan yang telah didaftarkan berkedudukan hukum lebih kuat, fakta pembuktiannya lebih akurat, 3) pelimpahan hak cipta/pewarisan dan sebagainya lebih mudah dan mantap apabila telah terdaftar.

Termasuk pelanggaran hak cipta adalah 1) membuat salinan atau *copy* tanpa izin dari pemegang hak cipta, 2) membuat salinan atau *copy* ke medium lain, misalnya salinan *source code* program komputer ke bentuk cetakan, 3) menggunakan bagian dari suatu karya cipta tanpa izin atau tanpa menyebutkan secara jelas sumbernya, dan 4) penerjemahan tanpa izin dan lain-lainnya.⁸ Pelanggaran atas hak cipta dengan cara tertentu merupakan tindakan kejahatan yang menurut pasal 44 UU No. 12 tahun 1997 adalah sebagai berikut:

1. Dipidana penjara paling lama tujuh tahun dan/atau dikenakan denda sebesar paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) siapa pun yang tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu.
2. Dipidana penjara paling lama lima tahun dan/atau dikenakan denda paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) siapa pun yang tanpa hak sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum atau memberi izin untuk suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta.
3. Dipidana penjara paling lama tiga tahun dan/atau dikenakan denda paling banyak Rp.25.000.000,00 (dua puluh lima juta rupiah) siapa pun yang sengaja mengumumkan setiap ciptaan yang oleh pemerintah dinyatakan bertentangan dengan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang pertahanan dan keamanan negara, kesusilaan, dan ketertiban umum sebagaimana diatur di dalam pasal 16.

⁸ Ibid.

4. Dipidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp 15.000.000,- (lima belas juta rupiah) siapa pun yang dengan sengaja melanggar ketentuan pasal 18 yang telah menentukan bahwa:
 - a. Untuk memperbanyak atau mengumumkan hak cipta atas potret seseorang pemegang hak cipta, harus minta izin dulu kepada yang dipotret atau mendapat izin dari ahli warisnya setelah sepuluh tahun yang dipotret itu meninggal dunia.
 - b. Untuk memperbanyak atau mengumumkan suatu potret yang memuat dua orang atau lebih harus lebih dulu mendapat izin dari masing-masing orang yang dipotret atau mendapat izin dari ahli warisnya setelah sepuluh tahun yang dipotret meninggal dunia.
 - c. Ketentuan ini berlaku untuk potret-potret yang dibuat atas permintaan sendiri dari orang yang dipotret, atas permintaan yang dilakukan atas nama orang yang dipotret, atau untuk kepentingan orang yang dipotret.⁹

PATEN (UU No. 13 TAHUN 1997)

Paten adalah salah satu jenis hak atas kekayaan intelektual yang khusus diberikan oleh suatu negara yang mempunyai Undang-Undang Paten (UUP) kepada penemu bidang teknologi, untuk selama jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri penemuannya atau memberikan persetujuan kepada orang lain untuk melaksanakannya. Paten dapat diberikan kepada pemohon dengan beberapa persyaratan, yaitu bersifat baru, dapat diterapkan dalam industri, dan merupakan salah satu bidang-bidang proses, mesin, manufaktur, komposisi bahan, atau segala sesuatu yang bersifat perbaikan dari bidang-bidang tersebut. Jangka waktu perlindungan paten ialah 20 tahun terhitung dari *filling date*.¹⁰

MEREK (UU No. 14 TAHUN 1997)

Merek adalah tanda untuk membedakan barang/jasa dalam perdagangan. Termasuk di dalamnya ialah karya berupa logo, simbol, nama produk, dan merek dagang. UU

⁹ Pasal 44, UU No. 12 1997.

¹⁰ Mengingat proses produksi dan teknologi bukan porsi utama desain grafis, maka paten tidak dibahas lebih lanjut dalam uraian ini.

Merek no. 14 tahun 1997 antara lain berisi Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 memuat 1) merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, angka, kata, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa, 2) merek dagang ialah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama untuk membedakan barang dengan jasa, 3) kantor merek adalah satuan organisasi di lingkungan departemen pemerintahan yang melaksanakan tugas dan kewenangan di bidang merek.¹¹

Pelanggaran Pasal I tertuang pada Bab IV Pasal 8, yaitu pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan melalui Badan Hukum terhadap pengguna mereknya, yang memiliki persamaan baik pada pokok atau keseluruhan secara tanpa hak, berupa ganti rugi dan penghentian pemakaian merek tersebut. Ketentuan pidana pelanggarannya tertuang pada Bab V Pasal 12, yaitu setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama secara keseluruhan dengan merek terdaftar milik orang lain atau badan hukum lain, untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi dan diperdagangkan, dipidana penjara paling lama tujuh tahun dan denda paling banyak Rp 100.000.000,-

DESAIN GRAFIS

Desain grafis sebagai bagian dari Desain Komunikasi Visual memerlukan hak atas kekayaan intelektual saat menghasilkan produk grafis.¹² Dewasa ini bidang kegiatan desain grafis semakin luas, mencakup semua aspek komunikasi visual melalui penciptaan logo (*trade mark*), perencanaan dan pembuatan buku berikutan wajah sampul, ilustrasi dan tipografinya, sampul CD (*Compact-Disk*), perencanaan wajah kalender, grafis untuk segala bentuk kemasan, grafis untuk arsitektur, semua keperluan barang cetakan (*company profile, stationery kit, greeting card*) perusahaan, tipografi judul film dan

¹¹ Undang-Undang Merek no. 14 tahun 1997, p. 7.

¹² Menurut Philip B. Meggs dalam *A History of Graphic Design* (1986), desain grafis atau ada yang menuliskan desain grafis merupakan istilah yang dinyatakan pertama kali oleh seorang perancang buku dari USA bernama William Addison Dwiggins pada tahun 1922 dan menyebut profesi dirinya sebagai seorang "graphic designer."

televisi, poster, benda pos, mata uang, surat kabar, majalah dan sebagainya.¹³ Hak atas kekayaan mutlak diperlukan untuk memberikan perlindungan dan jaminan atas kekayaan intelektual desainer grafis.

HAK-HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM DESAIN GRAFIS: HAK CIPTA

Desain merupakan konsep pemecahan masalah rupa, warna, bahan, teknik, biaya yang diungkapkan dalam gambar dan bentuk. Hak cipta desain grafis otomatis melekat setelah desain itu selesai dirancang. Ada hak cipta yang perlu penyelesaian administratif, artinya diusulkan oleh pencipta, misalnya hak cipta syair dan partitur lagu yang dijadikan motto "*Wavin, di mana air mengalir sampai jauh*" dibeli dari pencipta lagu Bengawan Solo, yaitu Gesang. Hal ini barangkali yang mendorong artis terkenal Peggy Melati Sukma untuk mendaftarkan kalimat latah ciptaannya "*Pusiiiiing, pusiiiiing, pusiiiiing*" agar tidak digunakan orang lain/ harus meminta ijin kepada yang bersangkutan ke Direktorat Jenderal HAKI, Departemen Hukum dan Perundangundangan RI. Saat ini tengah ditunggu nomor hak ciptanya.¹⁴ Bagi pelanggar, secara HAKI dapat diajukan tuntutan hukum baik secara perdata maupun pidana. Untuk memudahkan tuntutan hukum, produk grafis yang dianggap monumental dan perlu perlindungan dapat didaftarkan pada HAKI.¹⁵ Seseorang setelah selesai menulis naskah buku, disain sampul buku atau *company profile*, maka hak cipta penulis atau disainer langsung dapat diterakan pada produknya dengan kode ©.¹⁶

Tidak semua pelanggaran HAKI dituntut atau digugat oleh pemegang hak cipta. Contoh, desain grafis dan merek kaos DAGADU baik gambar maupun kata-kata telah didaftarkan pada HAKI. Akan tetapi PT. DAGADU ASELI "tidak pernah"

¹³ Dalam kaitan ini A.D. Pirus dalam tulisannya "Disain Grafis Pada Kemasan", pada Simposium Disain Grafis, FSRD ISI Yogyakarta, 1989, secara komprehensif mengatakan bahwa semua kebutuhan informasi visual yang perlu dikomunikasikan secara massal menjadi bidang kegiatan perencanaan grafis.

¹⁴ RCTI, Cek & Ricek, Jumat, 2 Maret 2001.

¹⁵ Klaim hak cipta yang tidak dapat diproses secara hukum ialah kasus penyanyi terkenal Djaja Mihadja menuntut pencipta lagu Papa T. Bob memberikan royalti kepadanya terhadap penjualan kaset lagu anak-anak berjudul "Apaan Tuh". mengingat Djaja secara hukum belum pernah mendaftarkan ucapan kalimat ciptaannya tersebut kepada yang berwenang, maka permintaan tersebut dengan tegas ditolak oleh Papa T. Bob. Keputusan akhir secara kekeluargaan Papa T. Bob menarik seluruh kaset rekamannya dari pasaran.

¹⁶ Khusus untuk mata uang kertas, istilah yang diterapkan ialah *delcified* artinya "dirancang oleh" dan biasa ditulis dengan singkatan del. Contoh, Sudirno Del. dicetak pada mata uang kertas nominal Rp. 1000,00 emisi tahun 1980.

mempermasalahkan pelanggarnya. Alasannya, pertama tidak efisien sebab untuk *survey* siapa saja yang memalsukan butuh biaya dan waktu tidak sedikit. Kedua, PT. DAGADU ASELI lebih senang menggunakan pendekatan moral, misalnya dengan menganjurkan selalu membeli produk DAGADU asli melalui kalimat sentilan “malu bertanya sesal di kamar, beli tiruan memalukan” pada desain kaos mereka.¹⁷

Contoh sederhana industri penunjang perlengkapan rumah tangga yang telah mendaftarkan kreasi cipta produknya antara lain ialah: disain cover Album Photo "SUSAN" dengan nomor © 006265. Hiasan, motif dan cara pemasangan foto pada bingkai album telah sah sebagai cara dan milik album foto “SUSAN”. Atau kumpulan buku resep tentang masakan "Selera Nusantara" dengan nomor © 0019765.

HAK-HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM DESAIN GRAFIS: MEREK

Merek atau logo yang didaftarkan menggunakan tanda ®,¹⁸ (sementara bagi merek yang tidak/belum didaftarkan tetapi digunakan sebagai simbol merek dapat menggunakan tanda TM). Beberapa ketentuan teknis tidak dapat diabaikan untuk menghindari plagiasi atau persaingan curang antar produk, antara lain tidak boleh mempunyai persamaan pada pokok atau keseluruhan¹⁹ yang meliputi aspek gambar, motif huruf, nama, kata, angka-angka atau persamaan lafal yang menyebabkan kesamaan bunyi. Merek dagang juga tidak dapat didaftarkan jika mengandung salah satu unsur, menyerupai nama orang terkenal, foto, merek dan nama badan hukum lain yang sudah terkenal, peniruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang, simbol, emblem negara baik nasional maupun internasional, menyerupai tanda cap atau stempel resmi yang digunakan negara atau lembaga pemerintah, menyerupai karya orang lain yang dilindungi hak cipta.²⁰

Penolakan merek terjadi ketika salah satu industri kerajinan sepatu bermerek KeKers, Bandung akan mengajukan hak mereknya pada HAKI. Pengajuan merek

¹⁷ Ditulis berdasarkan wawancara dengan bagian humas DAGADU, yaitu Yulia.

¹⁸ Insan B. Maulana. 1996. *Tanya Jawab Paten, Merek dan Hak Cipta*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, p. 125 menyebutnya dengan “seni lukis logo”.

¹⁹ Penjelasan pasal 6 ayat 1 UU Merek No. 19 Tahun 1992 menyebutkan kesan yang sama antara lain bentuk, cara penempatan, kombinasi antara unsur-unsur atau persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam suatu merek)

²⁰ *Ibid.*, p. 137.

tersebut ditolak dengan tegas mengingat karakter huruf yang digunakan menyerupai dan identik dengan sepatu merek terkenal KicKers. Hal ini selain akan mendapat tuntutan hukum dari KicKers, juga dapat menimbulkan keraguan masyarakat, apakah produk tersebut asli atau jiplakan ?.²¹

KeKers KicKers®

Merek yang ditolak pengajuannya (kiri) dan merek yang dilindungi UU (kanan).

Gugatan terhadap penggunaan merek yang sama diajukan oleh industri kosmetik PT. Mustika Ratu Tbk pada PT. Sari Ayu Martha Tilaar. Pasalnya, Sari Ayu berupaya meluncurkan produk kecantikan dengan merek Taman Sari.²² Padahal Mustika Ratu mendaftarkan nama tersebut sejak tahun 1996 dan telah digunakan sejak 1997, bahkan belum lama ini mendapatkan sertifikat dari Ditjen HAKI dengan nomor 453653 dan 453654.²³

Contoh kasus perlindungan hukum atas merek ialah tatkala tepung terigu produk Bogasari bermerek "Cakra Kembar" bernomor seri 255852 dan Segitiga Biru bernomor seri 258485 dipalsukan oleh pihak lain, maka Bogasari selaku pemegang hak atas merek tersebut menuntut penarikan seluruh produk terigu palsu dari wilayah hukum Pulau Jawa, dan mempublikasikan permohonan maaf di harian media cetak *Kompas*, *Jawa Pos*, dan *Surabaya Pos*.

Bentuk lain upaya perlindungan merek dapat dilakukan dengan cara memberi peringatan kepada para pemalsu berupa iklan peringatan seperti yang dilakukan oleh produsen sepatu dari Italy bermerek terdaftar DIADORA nomor 265171/26-12-1992 dan 308411/2-12-1992 melalui media masa. Berdasarkan UU No. 19 tahun 1992 tentang

²¹ Apabila merek dapat menimbulkan kesamaan dalam bunyi misal sebuah produk akan menggunakan merek **Bunda Kandung**, sementara di kantor HAKI telah terdaftar merek **Bundo Kandung**, maka dengan tegas pengajuan tersebut ditolak.

²² *Republika*, 17 Oktober 2000, p. 7 memuat polemik yang berkepanjangan ini. Dalam siaran pers PT. Mustika Ratu mengaku telah menelan kerugian cukup besar, sebab dalam waktu 10 tahun menghabiskan biaya 200 miliar rupiah, dan untuk promosi ini telah mengeluarkan dana 30 miliar rupiah. Sementara itu produsen pesaing yang disomasi, PT. Martina Bertho tenang-tenang saja dengan alasan suatu perusahaan tidak berhak menarik merek produk perusahaan lain selama berkas permohonan yang diajukan ke Ditjen. HAKI dengan beberapa tahapan belum ditolak.

²³ Lembaran Siaran Pers PT. Mustika Ratu Tbk., 2000.

merek, pasal 12 bab 5 Ketentuan Pidana, para pemalsu dapat dikenai penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan denda paling banyak Rp 100.000.000,00 serta segera menarik seluruh produk palsu dari peredaran selambat-lambatnya 14 hari dihitung sejak pengumuman dimuat / diedarkan.²⁴

Menanggapi banyak kasus *brand infringement* seperti itu, Sudargo Gautama mengingatkan, "Jangan tinggal diam. Sekecil apa pun gangguan terhadap merek, pengusaha hendaknya melindungi mereknya dari para pendompleng dan pemalsu agar tetap eksis sebagai merek. Kalau dibiarkan, merek akan kehilangan identitasnya dan kerugian besar bisa datang".²⁵

Melihat beberapa kasus di atas, maka karya desain grafis secara *de jure* dan *de facto* dilindungi oleh undang-undang dan hukum. Dengan demikian setiap upaya pemalsuan, persaingan curang, dan plagiasi karya grafis sejak awal dapat dihindarkan. Semua itu tinggal kemauan atau itikad baik produsen, desainer, *advertising agency* agar lebih produktif menciptakan kreasi sendiri.

KASUS HAKI BERKAITAN DENGAN PERSAINGAN CURANG

Selain melindungi hak cipta, HAKI juga melindungi suatu perusahaan dari upaya persaingan tidak sehat yang “menyerang, merendahkan, atau menganggap berada di bawah kelas” merek lain. Salah satu kasus adalah iklan komparatif produk susu bubuk Andec. Gara-gara sebuah iklan komparasi, terbitlah somasi antara PT. NESTLE INDONESIA melawan PT. NEW ZEALAND MILK INDONESIA dan PT. Poliyama di Pengadilan Negeri Jakarta Utara sebagai kasus pengadilan iklan pertama yang berlangsung bulan November hingga awal Desember 2001. Andec melalui biro iklannya, Poliyama merilis iklan perbandingannya pada sejumlah media cetak nasional dan daerah antara lain *Tempo*, *Ricek*, *Wanita Indonesia*, *Aura*, *Bintang Indonesia* dan *Citra*.

²⁴ *Kompas*, 31 Juli 2000, p. 30.

²⁵ *Kontan*: April 2000, p. 4.



Iklan dengan tampilan visual ‘merendahkan’ merk lain. Fisik kemasan samar tapi nyata menampilkan sosok susu Dancow (sumber www.decatek.com)

Hingga minggu pertama Desember, tak terlihat ada gelagat aneh yang ditujukan baik kepada PT. NEW ZEALAND MILK INDONESIA maupun Poliyama, berkaitan dengan iklan tersebut. Namun sontak situasi jadi berubah. Tanggal 6 Desember 1999, Insan Budi Maulana, kuasa hukum PT. NESTLE INDONESIA dari kantor pengacara Lubis, Santosa & Maulana melayangkan surat kepada Ketua Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia dan Ketua Komisi Periklanan Indonesia, dengan tembusan kepada Poliyama. Mereka berkeberatan atas penayangan iklan komparasi Andec yang dinilai telah menyudutkan Dancow, salah satu merek keluaran PT. NESTLE INDONESIA.

Berdasarkan pasal 1365 KUHP, pengacara PT. NESTLE INDONESIA menggugat PT. NEW ZEALAND MILK INDONESIA dan Poliyama telah melakukan Perbuatan Melawan Hukum atau Persaingan Curang. Dalam surat gugatan itu disebutkan antara lain:

"...Bahwa tanpa sepengetahuan dan seizin Penggugat, ternyata Tergugat I secara bersama-sama dengan Tergugat II telah memuat iklan di beberapa media cetak lokal dan nasional suatu produk susu bubuk yang membandingkan secara langsung yang menggunakan warna kemasan yang serupa dengan produk susu *instant full cream* Dancow milik Penggugat, yang maksud dan tujuannya dapat dipastikan merupakan tindakan yang mendiskreditkan susu bubuk *full cream* Penggugat". Lantaran itu, "...tindakan Tergugat I yang memasang iklan produk susu dengan merek Andec merupakan tindakan persaingan curang."

Peringatan sudah meluncur dari Insan Budi Maulana, kuasa hukum PT. NESTLE INDONESIA (yang sekaligus pendiri Yayasan HAKI). Sekurangnya ada sepuluh iklan yang kebanyakan bernada komparasi, secara yuridis bisa diseret ke pengadilan dengan dalih utama telah menyudutkan merek atau produsen lain yang dikomparasikan. Ia antara lain menunjuk kasus sentilan iklan permen Yesco, iklan rokok Prinsip, maupun iklan permen Kino.²⁶

PENUTUP SEBAGAI SIMPULAN

Uraian di muka menghantarkan pada pemahaman bahwa:

1. HAKI adalah salah satu perangkat yang dapat dipakai sebagai "jaminan perlindungan" para desainer atau pencipta atas hasil karya intelektual .
2. Dalam upaya mengurangi terjadinya persaingan curang, plagiasi dan pemalsuan maka perlu perenungan bersama, baik produsen, desainer, biro iklan dan lembaga terkait untuk perlu segera mendaftarkan karya hak atas kekayaan intelektual sesuai kategori produk yang dihasilkan.
3. Menghindari tindakan melawan hukum atas HAKI dengan menciptakan persaingan sehat melalui upaya penciptaan produk atau perancangan komunikasi visual dengan ide orisinal.
4. Mengadakan pengusutan dan upaya tuntutan hukum atas pelanggaran HAKI karya grafis.
5. Perlu sosialisai undang-undang perlindungan HAKI, paten, hak cipta, dan merek baik lewat lembaga formal ataupun informal.

²⁶ Laporan Utama *Info Bisnis*: 2001, p. 1.

KEPUSTAKAAN

Amirudin, Hamzah, *Perlindungan Hukum Dalam Desain Grafis sebagai Karya Intelektual*. Jakarta, 1997.

Cakram, Oktober 1996/152.

Cakram Oktober 1997/164.

Kanzil, Nico, “*Implementasi Undang-undang Paten dan Implikasinya Bagi Pengembangan Industri di Indonesia*” FH UGM Yogyakarta, 1995.

Kompas, 28 Juli 2000.

Kompas, 31 Juli 2000.

Maulana, Insan B., *Tanya Jawab Paten, Merek dan Hak Cipta*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996.

Meggs, Philip B., *A History of Graphic Design*, New York: Viking Penguin, Inc., 1986.

Pirous, AD., “*Disain Grafis Pada Kemasan*”. Simposium Desain Grafis, FSRD ISI Yogyakarta, 1989.