

**KONSEKUENSI HUKUM LOGO YANG DIDAFTARKAN SEBAGAI CIPTAAN DAN MEREK
SEBELUM BERLAKUNYA UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014
TENTANG HAK CIPTA**

Adi Arief Havinando^a

ABSTRAK

Logo saat ini bukan hanya sebagai identitas semata, tapi lebih dari itu peran dari logo telah menjadi suatu urgensi untuk mempresentasikan makna terkait suatu daerah, sosial, ekonomi, dan sebagainya sehingga logo perlu didaftarkan sebagai sebuah karya intelektual. Sebelum berlakunya UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, logo sebagai sebuah karya intelektual masih dapat dicatat sebagai sebuah ciptaan dan merek. Namun, ketika berlakunya UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, logo tidak lagi dapat dimohonkan untuk dicatat sebagai sebuah ciptaan. Dengan menggunakan penelitian yuridis normatif dan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis penerapan hukum positif yang ada dengan praktek yang terjadi di masyarakat. Berdasarkan kajian analisis menunjukkan hasil bahwa kasus tumpang tindih terhadap suatu karya intelektual yang didaftarkan sebagai ciptaan dan merek menjadi salah satu konsekuensi hukum seperti konsekuensi itikat tidak baik dari pihak yang memungkinkan memanfaatkan karya intelektual berupa logo untuk didaftarkan secara pribadi tanpa hak sehingga dapat ditiru dan dimodifikasi sebagai klaim dari kepemilikan pihak lain. Selain itu, konsekuensi hukum lainnya memicu timbulnya kegiatan *passing off*.

Kata kunci: *artificial intelligence*; bisnis online; pengaturan.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has an impact on online business activities that are increasingly favored by the public, which is supported by using information technology. Artificial Intelligence (AI) which is part of information technology helps businesses facilitate communication with consumers, which can increase their products marketing. AI that is designed and used to facilitate the human activities in business sectors can help businesses to update every data and information from consumers and making it easier to mapping the behavior of potential consumers. The aim of this article is to show the urgency of regulations governing AI in the business sector that cause misuse of data captured and processed by using AI. The method used is juridical empirical accompanied by a qualitative approach. The data studied are secondary data in the form of writings from experts in the field of information technology and from legal experts, to see how the relationship between information technology in business sector. The result shows that AI must be regulated and supervised by special body in order provide protection to its users. In addition, to provide limits on liability for use that is not in accordance with the purpose for which it was made.

Keywords: *artificial intelligence*; online business; regulation.

^a Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jl. Salemba Raya No. 4 Jakarta, email: adi.ariief01@ui.ac.id

PENDAHULUAN

Logo adalah huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya.¹ Logo yang biasa dibuat ada yang berupa *text based* dan juga *picture based*. Logo yang berupa *text based* adalah logo yang dibentuk hanya dengan huruf yang divariasikan dan dibuat unik. Termasuk kedalam logo berupa *text based* adalah logo yang digunakan oleh beberapa produk seperti Coca-Cola, IBM, Nokia, Google dan sebagainya. Sedangkan logo yang berupa *picture based* merupakan bentuk logo yang menjadikan gambar sebagai ciri utamanya, biasanya logo jenis *picture based* ini dipadukan pula dengan teks sebagai pelengkapannya sebagai contoh logo Pertamina dan PLN.²

Logo telah melampaui fungsinya, tidak hanya sebagai penanda identitas, tapi juga merepresentasikan latar belakang kultur terkait suatu daerah, sosial, ekonomi, dan sebagainya. Masyarakat modern telah menyadari fungsi dan manfaat logo, dan mengupayakan penciptaannya secara maksimal demi membangun citra identitas yang kuat.³ Setiap logo yang dirancang pastinya memiliki makna filosofis yang mewakili entitasnya, hal yang tidak jauh berbeda dengan lambang jika dilihat secara harfiah. Logo yang dikenal masyarakat awam dewasa ini, mayoritas memanfaatkan aspek visual yang dimiliki manusia, hal ini juga berkaitan dengan identitas visual yang diwakilkan melalui pemanfaatan garis, bidang, gambar, huruf, maupun warna, yang dikatakan mampu merepresentasikan citra atau karakter dari entitasnya. Kemunculan sebuah logo yang masif di era kemajuan teknologi yang pesat ini memerlukan pula suatu aturan yang berlaku secara baku mengenai fungsi dan penggunaan logo sebagai identitas visual, sehingga dapat digunakan sebagaimana mestinya, tidak disalahgunakan dan dijamin perlindungan hukumnya.⁴

Logo merupakan bentuk hasil olah pikir dan/atau kreativitas seseorang yang disertai dengan berbagai manfaat dan nilai ekonominya. Dengan demikian, logo termasuk salah satu yang termasuk atas Hak Kekayaan Intelektual, hak ini timbul untuk melindungi hasil olah pikir dan/atau kreativitas seseorang yang menghasilkan suatu produk atau proses yang mempunyai kegunaan bagi manusia. Karya-karya intelektual, salah satunya logo dilahirkan dengan adanya pengorbanan tenaga, waktu, dan bahkan biaya. Adanya pengorbanan tersebut menjadikan karya yang dihasilkan menjadi memiliki suatu nilai. Apabila ditambah dengan manfaat ekonomi yang melekat menumbuhkan konsepsi kekayaan (*property*) terhadap karya-karya intelektual.⁵ Jika dikaitkan, maka logo adalah salah satu karya yang merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual sehingga kepemilikannya bukan terhadap barangnya melainkan terhadap hasil kemampuan dan kreativitas intelektual manusianya, yaitu berupa ide atau gagasan yang dituangkan dalam bentuk karya berupa logo.⁶

Berkembangnya pemahaman masyarakat akan pentingnya untuk melindungi “Hak Kekayaan

¹ Lihat <https://kbbi.web.id/logo>, [diakses 8/12/2020].

² Dominikus Juju, *Desain Promosi Dengan Coreldraw X3 dan Adobe Photoshop CS2*, Elex Media Komputindo: Jakarta, 2007, hlm. 1.

³ I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan dan I Nyoman Jayanegara, *Sistem Tanda Visual Logo*, STMIK STIKOM Indonesia: Denpasar, 2019, hlm. vii.

⁴ *Ibid*, hlm. 1-2.

⁵ Abdul Atsar, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, hlm. 3.

⁶ Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 38.

Intelektual” selanjutnya disebut sebagai HKI dirasa telah semakin meningkat. Namun ternyata, pada prakteknya di masyarakat sebagian dari mereka masih merasa agak sulit membedakan mana ranah suatu Hak Cipta, Merek, Paten. Hal ini menjadi maklum dikarenakan ranah kekayaan intelektual memang memiliki titik singgung yang bilamana tidak dipahami baik oleh masyarakat awam maupun sarjana hukum tentu akan memiliki dampak yang signifikan terkait kepastian hukum atas kekayaan intelektual yang didaftarkan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual selanjutnya disebut (DJKI). Peran DJKI disini ialah sebagai lembaga eksekutif yang mengurus terkait pendaftaran kekayaan intelektual di Indonesia. Terkait Logo, telah banyak sekali yang didaftarkan kepada DJKI, baik Logo yang didaftarkan sebagai Ciptaan maupun sebagai Merek.

Setelah diketahui bahwa logo adalah bagian dari kekayaan intelektual, maka selanjutnya kemanakah dan bagaimanakah cara melindungi logo tersebut yang merupakan kekayaan intelektual tentu harus dipahami dengan baik. Bila kita pahami secara awam Logo adalah sebuah Gambar atau Seni Lukis maka disimpulkan hal tersebut termasuk sebagai sebuah Hak Cipta, dan didaftarkan sebagai sebuah Ciptaan. Namun, bila kita memahami bahwa peran Logo sangat erat kaitannya dengan bisnis serta hal-hal berkaitan dengan identitas maupun tanda pembeda dari suatu organisasi, perusahaan, badan hukum dan sebagainya maka Logo tersebut termasuk suatu kekayaan intelektual yang didaftarkan sebagai sebuah Merek. Bila kita simak, pengertian dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta selanjutnya disebut UUHC yaitu Pasal 1 angka 3, UU No. 28 Tahun 2014 menyebutkan:“Ciptaan adalah setiap hasil karya cipta di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata.”

Selanjutnya terkait pengaturan Logo, ada hal yang menjadi sebuah ketentuan dalam UU No. 28 Tahun 2014 tepatnya Pada Pasal 65 UU No. 28 Tahun 2014 yang menyatakan bahwa :“Pencatatan Ciptaan tidak dapat dilakukan terhadap seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum.”

Selanjutnya, terkait Logo bila dikaitkan dengan pengaturan yang ada pada UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis selanjutnya disebut UU MIG, telah disebutkan diantaranya, Pasal 1 angka 1, UU No. 20 Tahun 2016 menyebutkan:“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan Zatau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Pasal 2 ayat (3), UU No. 20 Tahun 2016 menyebutkan:“Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/ atau 3 (tiga) dimerisi, suara, hologram, atau kornbinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang danZatau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Berdasarkan aturan yang terdapat dalam UUHC dan UU MIG terbaru maka, Logo tidak lah dapat didaftarkan sebagai sebuah Ciptaan, melainkan hanya bisa didaftarkan sebagai Merek. Timbul suatu pertanyaan bagaimanakah bila, sebelum kedua Undang-Undang ini berlaku ada pihak yang telah mendaftarkan Logo miliknya sebagai sebuah Ciptaan dan juga Merek. Tentu hal ini akan berimplikasi bagaimana kepastian hukum yang dimiliki oleh Logo yang telah didaftarkan sebagai Ciptaan dan Merek sebelum berlakunya UUHC dan UU MIG yang terbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yuridis normatif.⁷ Pendekatan Penelitian menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual (*Statute Approach and Conceptual Approach*).⁸ Penelitian ini meliputi penerapan hukum positif yang ada dengan praktek yang terjadi di masyarakat. Dengan menggunakan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dalam mengkaji permasalahan guna menemukan sebuah preskripsi yang dapat dilakukan.

PEMBAHASAN

Perkembangan Peraturan Perundang-Undangan terkait Karya Intelektual Berupa Logo

Dinamika hukum dan ekonomi Indonesia yang bergerak dinamis, diakui membawa pengaruh cukup besar terhadap perkembangan Hukum Kekayaan Intelektual (HKI). Layaknya dua sisi mata uang, hal ini disatu pihak memperlihatkan adanya perkembangan yang positif menyangkut kesadaran masyarakat khususnya di bidang hukum, namun dipihak lain hal ini meningkatkan terjadinya kasus dan sengketa mengenai HKI. Sehingga muncul pertanyaan mengenai hak kekayaan intelektual khususnya hak cipta serta merek yang memiliki kemiripan dan sangat erat kaitannya. Masyarakat ingin mendapatkan kepastian hukum juga mendapatkan perlindungan hukum secara optimal atas hak kekayaan intelektual yang mereka miliki. Sehingga peran pemerintah sebagai regulator sangatlah diperlukan dalam melaksanakan amanah rakyat.⁹

Perkembangan terutama berkaitan dengan aktifitas ekonomi, telah mengkoneksikan hubungan yang ada di masyarakat tidak hanya sebatas di tingkat nasional namun juga di tingkat internasional, sehingga dunia ekonomi yang memiliki pengaruh cukup besar terkait bagaimana perkembangan HKI harus dapat melindungi karya intelektualnya salah satunya melalui logo yang merupakan *company branding* milik mereka masing-masing. Pemasaran yang efektif akan mendorong usaha mereka menikmati hasil yang cukup signifikan dengan adanya pemasaran yang baik disertai dengan logo yang dimiliki agar konsumen mudah mengingat dan paham produk barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pemilik logo tersebut.¹⁰ Sehingga, pengaturan dan perkembangan HKI sangat penting dipersiapkan dengan baik disertai perangkat berupa peraturan perundang-undangannya.

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015, hlm. 14.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*, Jakarta: Prenada Media, 2017, hlm. 133-134.

⁹ Yusran Isnaini, *Mengenal Hak Cipta*, Jakarta: Pradipta Pustaka Media, 2019, hlm. 4.

¹⁰ Walter K. Coronel dan Kelly K. Suzuka, "Branding: The Nuts and Bolts of Creating and Protecting A Company Logo", *Hawaii Bar Journal*, Vol.20, Agustus 2016, hlm. 4.

Sistem HKI yang dikenal saat ini, merupakan Hak Privat (*private rights*), di mana seseorang bebas untuk mengajukan permohonan atau mendaftarkan karya intelektualnya atau tidak. Seseorang dapat dengan leluasa menikmati kegunaan suatu kebendaan dengan bebas yang tidak bertentangan dengan kesusilaan, tidak merugikan kepentingan umum, dan tidak melanggar peraturan perundang-undangan.¹¹ Perkembangan peraturan perundang-undangan yang ada pun tidak lepas dari peranan dunia internasional serta globalisasi terkait kebutuhan masyarakat di zaman dimana arus digital dan informasi sangat tinggi.

Perkembangan Peraturan Perundang-undangan terkait HKI salah satunya terkait Hak Cipta dan Merek tidak lepas dari peran aktif pemerintah di tingkat internasional. Setelah meratifikasi *the Agreement Establishing the World Trade Organization (WTO)*, untuk mematuhi kewajiban Indonesia menurut *the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)*, Indonesia telah mempercepat usahanya untuk memperbaiki peraturan perundang-undangan dan menerbitkan peraturan perundang-undangan baru di bidang HKI. Di bidang hukum merek, misalnya pada tahun 1997 Indonesia memperbaiki UU Merek 1992 dengan UU No. 14 Tahun 1997, kemudian Negara ini menerbitkan UU Merek Tahun 2001, terbaru Negara ini telah menerbitkan kembali UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Terkait Hak Cipta, pada tahun 1997, UU Hak Cipta 1982 direvisi dengan UU No. 12 Tahun 1997, kemudian diterbitkan kembali UUHC pada tahun 2002, terbaru diterbitkan UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Sehingga pemerintah telah menerbitkan beberapa revisi dan perubahan terbaru atas perundang-undangan yang terkait dengan HKI di Indonesia.¹²

Perkembangan ini, mendorong adanya berbagai perubahan aspek terutama terkait dengan logo dan bagaimana pengaturannya. Dengan perubahan terbaru UUHC pada Tahun 2014, Logo tidak lagi dapat didaftarkan sebagai sebuah ciptaan sebagaimana disebutkan pada Pasal 65 UUHC yang berbunyi: "Pencatatan Ciptaan tidak dapat dilakukan terhadap seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum."

Bila melihat dan mencermati pada UUHC yang diterbitkan pemerintah pada Tahun 2002, sebelumnya logo merupakan sebuah ciptaan yang masih dapat didaftarkan sebagai sebuah ciptaan. Tepatnya pada Pasal 12 UUHC Tahun 2002, dimana logo masih termasuk kategori seni rupa berupa gambar, sehingga pada tahun itu dan seterusnya sampai UUHC terbaru terbit Tahun 2014. Masih ada peluang bagi pihak yang berkepentingan untuk dapat mendaftarkan logo hasil karya intelektual mereka tersebut sebagai sebuah ciptaan dan merek, sehingga pihak yang mendaftarkan tadi memiliki dua bentuk perlindungan hukum yang berasal dari perlindungan hukum atas ciptaan dan merek. Didukung oleh penelitian Lopulalan, menunjukkan hasil bahwa dasar pemikiran diberikan perlindungan hukum kepada individu terhadap ciptaannya ini tidak lepas dari doktrin pemikiran hukum alam yang menekankan pada hak moral untuk menikmati hasil kerja termasuk keuntungan

¹¹ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Jakarta: Media Pressindo, 2018, hlm. 7.

¹² M. Hawin dan Budi Agus Riswandi, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Yogyakarta: UGM Press, 2020, hlm. 1-2.

yang dihasilkan dari intelektualnya.¹³

Setelah perkembangan yang ada di bidang kekayaan intelektual dikaitkan dengan meningkatnya peran ekonomi yang didorong oleh nilai kekayaan intelektual mendorong pemerintah untuk merevisi UUHC Tahun 2002 dan mulai memberlakukan ketentuan UUHC terbaru Tahun 2014, maka dituplah peluang bagi siapapun untuk mendaftarkan logo yang dimiliki sebagai sebuah ciptaan dan merek secara sekaligus berdasarkan UUHC terbaru tahun 2014, sehingga bagi pihak yang ingin mendaftarkan logo hanya mendapatkan perlindungan hukum sebagai merek.

Perlindungan Hukum Logo sebagai Sebuah Karya Intelektual saat ini

Berdasarkan Konvensi Berne, Perlindungan Hak Cipta diberikan bagi pencipta yang merupakan warga negara dari negara anggota atas ciptaan mereka, baik yang diterbitkan maupun tidak, perlindungan juga diberikan bagi pencipta yang bukan warga negara anggota dengan ketentuan jika Ciptaan Pencipta tersebut diterbitkan pertama kali di salah satu negara anggota. Di Indonesia ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Hak Cipta.¹⁴

Berkaitan dengan perlindungan dalam Hak Cipta di Indonesia, Pasal 2 UUHC telah memberikan beberapa kategori pihak yang berhak dan berlaku untuk mendapatkan perlindungan hukum atas ciptaannya, dalam Pasal tersebut berbunyi: "Undang-Undang ini berlaku terhadap:

- a. semua Ciptaan dan produk Hak Terkait warga negara, penduduk, dan badan hukum Indonesia;
- b. semua Ciptaan dan produk Hak Terkait bukan warga negara Indonesia, bukan penduduk Indonesia, dan bukan badan hukum Indonesia yang untuk pertama kali dilakukan Pengumuman di Indonesia;
- c. semua Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dan pengguna Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait bukan warga negara Indonesia, bukan penduduk Indonesia, dan bukan badan hukum Indonesia dengan ketentuan:
 1. negaranya mempunyai perjanjian bilateral dengan negara Republik Indonesia mengenai perlindungan Hak Cipta dan Hak Terkait; atau
 2. negaranya dan negara Republik Indonesia merupakan pihak atau peserta dalam perjanjian multilateral yang sama mengenai perlindungan Hak Cipta dan Hak Terkait."

Terkait klaim atas sebuah ciptaan yang ada, tidak semua Ciptaan tersebut dapat dilindungi berdasarkan UUHC, tepatnya pada Pasal 40 ayat (1) UUHC disebutkan bahwa: "Ciptaan yang dilindungi meliputi Ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, terdiri atas:

- a. buku, pamflet, perwajahan karya tulis yang diterbitkan, dan semua hasil karya tulis lainnya;
- b. ceramah, kuliah, pidato, dan Ciptaan sejenis lainnya;
- c. alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan;
- d. lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks;

¹³ Yunus Marlon Lopulalan, Rory Jeff Akyuwen dan Marselo Valentino Geovani Pariela, "Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1 No. 1, Februari 2021, hlm. 24.

¹⁴ Fandy Ahmad dan Djuwityastuti, "Kajian Yuridis Sengketa Keabsahan Logo Sebagai Sebuah Merek dan Hak Cipta", *Jurnal Privat Law*, Vol. 7, Juni 2019, hlm. 88-89.

- e. drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, dan pantomim;
- f. karya seni rupa dalam segala bentuk seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase;
- g. karya seni terapan;
- h. karya arsitektur;
- i. peta;
- j. karya seni batik atau seni motif lain;
- k. karya fotografi;
- l. Potret;
- m. karya sinematografi;
- n. terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil transformasi;
- o. terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi, atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- p. kompilasi Ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan Program Komputer maupun media lainnya;
- q. kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompilasi tersebut merupakan karya yang asli;
- r. permainan video; dan
- s. Program Komputer.”

Bila dikaitkan aturan yang ditetapkan terkait ciptaan dan kategori ciptaan yang berhak mendapat perlindungan, seorang pencipta yang menciptakan logo serta mencatatkan ciptaannya dilakukan atas dasar manfaat yang di peroleh yakni sebagai perlindungan atas Logo ciptaannya. Juga untuk memperoleh kekuatan hukum atas ciptaan yang dicatatkan, sebaliknya bagi desainer yang tidak melakukan pencatatan disebabkan oleh tidak efektifnya jika Logo tersebut dicatatkan karena masalah biaya dan waktu. Faktor lainnya disebabkan oleh ketidaktahuan pencipta akibat dari kurangnya pemahaman mereka bahwa Logo yang mereka kreasikan dapat dilakukan pencatatan.¹⁵ Namun setelah berlakunya UUHC terbaru pada Tahun 2014, diketahui bahwa pendaftaran suatu ciptaan berupa Logo akan ditolak oleh DJKI selaku lembaga eksekutif yang berwenang terkait pendaftaran suatu ciptaan. Status penolakan atas pendataran ciptaan berupa Logo tersebut telah disediakan oleh DJKI di website milik lembaga tersebut dan bisa diakses oleh siapapun.¹⁶

Selaku lembaga eksekutif DJKI memiliki wewenang untuk menerima ataupun menolak pendaftaran suatu ciptaan, bila diperhatikan lebih lanjut dalam website milik DJKI terkait pengajuan pendaftaran Logo sebagai sebuah ciptaan baik oleh pihak swasta maupun pihak lembaga atau instansi pemerintah ditentukan bahwa Logo akan ditolak bila diajukan sebagai sebuah Ciptaan, sehingga Logo saat ini dengan ketentuan yang ada hanya dapat diajukan sebagai sebuah Merek. Sehingga perlindungan hukum yang diberikan terkait Logo sebagai sebuah karya intelektual, hanya diberikan apabila didaftarkan sebagai sebuah Merek. Hal ini telah dijelaskan di dalam Pasal 65 UUHC

¹⁵ Hidayat Arfan dan Dahlan, “Perlindungan Hak Cipta Logo Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (Suatu Penelitian di Kota Banda Aceh), *JIM Bidang Hukum Keperdataan*, Vol. 1, November 2017, hlm. 56.

¹⁶ Lihat <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/>, [diakses pada tanggal 01/12/2020].

yang berbunyi:

“Pencatatan Ciptaan tidak dapat dilakukan terhadap seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum.”

Bila melihat ketentuan UUHC terbaru, maka perlindungan hukum tidak dapat diberikan kepada sebuah ciptaan berupa logo. Dikarenakan dalam UUHC terbaru Logo dikategorikan sebagai sebuah Merek dan tidak bisa dilakukan pencatatan ciptaan atas sebuah Logo tersebut. Namun, kehadiran logo tidak serta merta dihapuskan dari UUHC terbaru, pada bagian penjelasan undang-undang tersebut, hadir sebuah penjelasan yang bisa menjadi polemik kedepannya, tepatnya penjelasan Pasal 40 huruf f di bagian definisi Gambar sebagai sebuah ciptaan yang berbunyi :“Yang dimaksud dengan "gambar" antara lain, motif, diagram, sketsa, logo, unsur-unsur warna dan bentuk huruf indah.”

Logo dalam penjelasan Pasal 40 huruf f UUHC terbaru, dimaksud sebagai sebuah gambar, dan diketahui bahwa gambar adalah salah satu bentuk ciptaan yang bisa dilakukan pendaftaran sebagai sebuah Ciptaan berdasarkan Pasal 40 ayat (1) UUHC. Tentu bila hal ini tidak direncanakan dengan matang, maka sebenarnya penolakan yang dilakukan oleh DJKI sebagai lembaga eksekutif atas suatu pendaftaran Logo sebagai ciptaan tentu menimbulkan tanda tanya.

Mencermati bentuk perlindungan hukum yang ada pada UU MIG terbaru, telah disebutkan dalam beberapa Pasal yang masing-masing yaitu Pasal 1 angka 1 :“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan Zatau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Selanjutnya disebutkan pula terkait perlindungan suatu Merek pada Pasal 2 ayat (3) :“Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimerisi, suara, hologram, atau kornbinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang danZatau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Saat ini sudah jelas bahwa bila suatu pihak ingin mendaftarkan karya intelektualnya berupa Logo, maka sudah pasti hanya bisa diterima pendaftaran tersebut bila didaftarkan sebagai sebuah Merek bukan sebagai sebuah Ciptaan. Hal ini menjadi lumrah, dan menjadi sebuah konsep yang dipegang oleh DJKI untuk menolak permohonan pendaftaran Logo sebagai suatu Ciptaan saat ini. Dikarenakan, Logo saat ini identik sebagai suatu tanda pembeda atau identitas yang umumnya memiliki nilai ekonomi di dalamnya sekalipun tidak semua digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Dari berbagai penafsiran undang-undang yang ada berkaitan dengan Hak Cipta dan Merek yang berlaku saat ini, maka penafsiran yang dilakukan secara parsial berpotensi menimbulkan gesekan, terutama disebabkan karena undang-undang memang memberi peluang untuk adanya gesekan itu. Dalam ranah akademik, persoalan ini dimaknai sebagai titik singgung perlindungan HKI

yang disebabkan karena bunyi norma undang-undang yang memiliki makna ganda. Makna ganda ini memberi peluang multi tafsir yang masing-masing penafsir akan menggunakan berbagai argumentasi untuk mendukung penafsirannya demi kepentingan sendiri. Namun nyatanya, akan sangat sulit menilai bahwa penafsir undang-undang tersebut apakah menafsirkan berdasarkan makna asasi dari norma yang disebut ada dalam undang-undang atau tidak. Dengan kata lain, apakah si pendaftar karya intelektual tersebut memiliki niat yang memang menjadi tujuan dibentuknya suatu undang-undang atau tidak.¹⁷

Konsekuensi Hukum Logo yang Didaftarkan sebagai Suatu Ciptaan dan Merek sebelum Berlakunya UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Logo tidak hanya memiliki arti fisik dalam arti bentuk, warna atau jenis huruf yang dipakai, namun memiliki makna yang lebih mendalam karena melalui logo, maka konsumen dapat mengenali produk yang akan dibeli. Logo memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen dalam memilih suatu produk. Membuat sebuah logo menjadi dikenal bukan hal yang mudah, karena membutuhkan kreativitas, waktu dan dana yang tidak sedikit. Sering kita baca adanya pelaku usaha tertentu yang meniru logo atau membuat logo yang kelihatan mirip dengan pemilik logo pelaku usaha yang lain.¹⁸

Tumpang tindih klaim atas logo yang terjadi biasanya dalam perkara merek di Pengadilan Niaga, menandakan bahwa kepemilikan suatu logo sebagaimana yang diuraikan diatas berpotensi atas dualisme hak atas logo, hal ini disebabkan karena perbedaan proses pendaftaran yang berbeda. Pemeriksaan substantif tidak dikenal dalam proses pendaftaran hak cipta, sehingga ciptaan tersebut mendapatkan sertifikat dengan mudah. Pendaftaran hak cipta juga dipermudah karena dalam konsep hukum hak cipta, pendaftaran tidak menimbulkan hak. Hal ini berbeda dengan merek karena menganut istilah first to file principle dimana pihak yang pertama kali mendaftarkan diakui sebagai pemegang hak merek atas merek.¹⁹

Kasus tumpang tindih suatu karya intelektual yang didaftarkan sebagai ciptaan dan merek merupakan salah satu konsekuensi hukum yang dapat mengakibatkan bila terjadi sengketa, maka pembatalan suatu ciptaan serta pembatalan suatu merek harus dilakukan keduanya melalui Pengadilan Niaga yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa berdasarkan Undang-Undang terbaru. Hal ini terjadi dalam kasus terkait Logo tim sepak bola PSMS Medan, sebelumnya salah satu direksi dari PT. Pesemes Medan telah mendaftarkan Logo tim sepak bola PSMS Medan tersebut sebagai sebuah Ciptaan dan Merek pada tahun 2013 yaitu sebelum berlakunya UUHC terbaru di bulan Oktober 2014, sehingga DJKI menerima pendaftaran Logo tersebut sebagai sebuah ciptaan dan juga merek. Sengketa terjadi di Tahun 2018 dan 2019, sehingga berkaitan dengan hal ini maka sebagai penggugat yaitu PT Kinantan Medan Indonesia mengajukan gugatan pembatalan atas

¹⁷ Agus Sardjono, "Titik Singgung Perlindungan HKI: Hak Cipta, Merek, dan Desain Industri", *Jurnal Hak kekayaan Intelektual*, Vol.1, April 2012, hlm. 32.

¹⁸ Muchtar AH Labetubun, "Penyelesaian Sengketa Hak Atas Logo (Suatu Kajian Overlapping Hak Cipta dan Merek)", *Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER*, Vol.5, Juni 2019, hlm. 153.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 158.

Ciptaan dan Merek secara masing-masing. Dari kasus terkait logo tim sepak bola PSMS Medan ini adalah konsekuensi dari masih belum adanya kepastian kemanakah Logo didaftarkan sebagai sebuah karya intelektual. Dengan adanya UUHC terbaru, memang secara garis besar dan pada praktek nya Logo yang masih didaftarkan sebagai ciptaan akan langsung ditolak oleh DJKI. Namun tak dipungkiri, sebelum adanya UUHC terbaru berapa banyak logo yang telah didaftarkan sebagai suatu ciptaan. Sehingga bila kedepannya terjadi sengketa yang sejenis dengan sengketa logo tim sepak bola PSMS Medan, maka penggugat harus jeli dan mengajukan pembatalan masing-masing atas ciptaan dan merek yang disengketakan. Bilamana terjadi sengketa, maka pihak yang menjadi penggugat sangat perlu untuk cermat dan teliti memeriksa pangkalan data kekayaan intelektual yang disediakan oleh DJKI dan dapat diakses melalui website milik DJKI tersebut.

Mencermati bagaimana konsekuensi dari perlindungan hukum antara logo yang didaftarkan sebagai ciptaan dan merek, perlu sebelumnya kita pahami pula bahwa berbeda dengan merek yang diwajibkan undang-undang untuk didaftarkan agar mendapatkan perlindungan hukum, hak cipta tidak diharuskan demikian. Hak Cipta boleh juga didaftarkan boleh juga tidak, karena ciptaan yang tidak didaftarpun mendapat perlindungan hukum.²⁰ Sehingga, bisa dibayangkan berapa banyak logo yang ada di masyarakat yang tidak dilindungi baik sebelum maupun sesudah berlakunya UUHC terbaru. Ini mendorong terjadinya sebuah konsekuensi iktikad tidak baik dari pihak lain yang mungkin ingin memanfaatkan karya intelektual berupa logo untuk didaftarkan secara diam-diam dan tanpa hak maupun ditiru dan dimodifikasi mirip agar selanjutnya diklaim sebagai milik pihak lain tersebut. Diperkuat oleh penelitian Saputra bahwa hal yang dilakukan oleh pihak tidak bertanggungjawab tersebut mengakibatkan produktivitas dan kreativitas pencipta akan dimatikan secara perlahan oleh pelanggar hak cipta dan tentunya dapat merugikan pencipta secara berkelanjutan tanpa adanya perlindungan²¹.

Logo yang telah didaftarkan sebagai suatu ciptaan dan merek maka akan timbul suatu perbedaan terkait jangka waktu perlindungan hukum yang diberikan atas logo tersebut. Umum diketahui bahwa jangka waktu perlindungan hukum yang diberikan atas merek memang tidak "sepanjang" jangka waktu perlindungan hukum yang diberikan atas suatu ciptaan. Sehingga bila suatu logo yang didaftarkan sebagai merek telah habis jangka waktu perlindungannya, maka logo tersebut masih memiliki jangka waktu perlindungan yang lebih panjang jika disesuaikan dengan perlindungan hukum atas suatu ciptaan. Bagi sebagian pihak, jangka waktu perlindungan hukum yang diberikan tentu akan sangat menguntungkan bagi kepentingannya sendiri. Terutama bila logo yang digunakan, memang memiliki nilai ekonomi yang sangat tinggi dan dimanfaatkan untuk kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa sehingga terjadi superioritas atas kepemilikan logo tersebut sebagai sebuah ciptaan.

Konsekuensi hukum lainnya yang dapat timbul, dari adanya Logo yang didaftarkan sebagai sebagai sebuah ciptaan dan merek adalah memicu timbulnya kegiatan *passing off* yang bisa saja

²⁰ Maya Jannah, "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Dalam Hak Cipta di Indonesia", *Jurnal Ilmiah "Advokasi"*, Vol. 06, September 2018, Hlm. 57.

²¹ Rahmat Saputra, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Asing yang Belum Didaftarkan (Studi Kasus Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013)", *Journal CAKRAWALA*, Vol.19 No.1, Maret 2019, hlm. 37.

muncul atas suatu Logo. *Passing off* sendiri dapat dipahami sebagai sebuah hal yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, dikarenakan adanya ketidaktahuan dari konsumen atas suatu logo yang dijadikan tanda pembeda, dikarenakan sangat mirip dengan tanda pembeda milik pihak lain sehingga menyebabkan kebingungan, manakah yang sesungguhnya merupakan pihak asli yang memang mereka tuju untuk keperluannya.²² Hal ini bisa dikaitkan bilamana, sebelumnya ada pihak-pihak yang memanfaatkan situasi tertentu, seperti dengan pihak tersebut memiliki *copyrights* atas sebuah Logo yang mungkin belum didaftarkan sebagai sebuah merek oleh pemilik asli, namun sebelum UUHC terbaru hadir logo tersebut telah didaftarkan sebagai sebuah ciptaan. Kegiatan *passing off* terutama di era digital saat ini sangat mungkin terjadi terutama didasari atas adanya iktikad tidak baik dan menghalalkan berbagai cara guna meraih keuntungan dengan logo yang pada hakikatnya bukanlah secara sah miliknya namun diklaim sebagai kekayaan intelektual miliknya. DJKI sebagai lembaga yang memiliki wewenang untuk menerima ataupun menolak sebuah permohonan atas hak kekayaan intelektual tentu harus jeli memeriksa apakah suatu permohonan disertai kegiatan *passing off* atau tidak ketika akan menerima suatu permohonan yang diajukan oleh pemohon berkaitan suatu kekayaan intelektual.

Selanjutnya konsekuensi hukum yang timbul dari sisi peralihan melalui pewarisan suatu Hak Cipta dan Merek, tentu dapat menimbulkan sebuah kebingungan bilamana logo yang telah didaftarkan sebagai ciptaan dan merek akan dialihkan hak nya. Bila Merek memiliki jangka waktu perlindungan hukum yang “lebih pendek” jika ingin dialihkan melalui pewarisan, bagaimana yang terjadi bila suatu Logo yang telah didaftarkan sebagai ciptaan akan diwariskan yang sebagaimana diketahui jangka waktu perlindungannya yang “lebih panjang”. Apakah nilai ekonomi suatu logo tersebut juga akan habis mengikuti perlingkungannya masing-masing melalui ciptaan dan juga merek. Ini akan menjadi masalah dikemudian hari apabila memang dimanfaatkan dengan tidak sesuai peruntukannya oleh si ahli waris yang mendapat peralihan hak atas ciptaan dan waris sebuah Logo.

Berkaitan adanya perlindungan hukum di Indonesia mengenai bagaimana sebuah kekayaan intelektual dapat diwariskan maka keberadaan logo yang telah didaftarkan sebagai sebuah hak cipta harus dijamin kepastian hukumnya, bukan tidak mungkin ahli waris bahkan tidak mengetahui telah terjadinya peralihan perundang-undangan yang dapat merugikan dirinya. Karena, dapat dimaklumi masyarakat awam masih sangat butuh pengetahuan berkaitan tentang bagaimana membedakan ranah masing-masing sebuah kekayaan intelektual terutama dalam kasus logo yang memiliki singgungan antara hak cipta dan merek.

Konsekuensi hukum lainnya juga berkaitan dengan aparaturnya, dikarenakan aparaturnya inilah yang memiliki otoritas penegakan kekayaan hukum intelektual apabila tidak memahami hal-hal berkaitan dengan peralihan peraturan perundang-undangan serta konsep perlindungan hukum yang diberikan atas suatu Ciptaan dan Merek bukan tidak mungkin akan terjadi *kedzaliman* terhadap orang yang tidak bersalah, diakibatkan orang yang tidak melakukan perbuatan

²²Balaram Gupta, “Names and Logos: Protection Under Intellectual Property Laws and Consequences”, *Sports Lawyers Journal*, Vol.2, Spring 1995, hlm. 253.

melanggar hukum berpotensi dikenakan hukuman dikarenakan suatu perbuatan yang tidak pernah dilakukannya. Hal ini, bisa juga timbul akibat ketidaktahuan sebagian masyarakat bahwa beberapa hal yang dilakukannya ternyata melanggar hukum.²³

PENUTUP

Pengaturan atas logo sebagai karya intelektual memerlukan kejelasan yang terang berkaitan ranah manakah yang menjadi tempat tersendiri bagi logo untuk mendapatkan hak atas kekayaan intelektualnya. Apakah masuk kedalam Hak Cipta atau Hak Merek, sekalipun saat ini pada prakteknya DJKI telah menolak permohonan logo yang dimohonkan sebagai sebuah ciptaan. Namun pada kenyataannya undang-undang yang ada terkait hak cipta masih menafsirkan logo termasuk gambar yang dapat diberikan hak cipta di bagian penjelasan undang-undang tersebut. Seyogianya pemerintah dapat melakukan perubahan terbaru berkaitan posisi logo sebagai sebuah karya intelektual juga untuk mengurangi konsekuensi hukum yang dapat merugikan berbagai pihak terutama masyarakat yang terdampak atas pemanfaatan sebuah logo.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Atsar, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Dominikus Juju, *Desain Promosi Dengan Coreldraw X3 dan Adobe Photoshop CS2*, Elex Media Komputindo: Jakarta, 2007.
- Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Jakarta: Media Pressindo, 2018.
- I Nyoman Anom Fajaraditya Setiawan dan I Nyoman Jayanegara, *Sistem Tanda Visual Logo*, STMIK STIKOM Indonesia: Denpasar, 2019.
- M. Hawin dan Budi Agus Riswandi, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Yogyakarta: UGM Press, 2020.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*, Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Yusran Isnaini, *Mengenal Hak Cipta*, Jakarta: Pradipta Pustaka Media, 2019.

Jurnal

- Agus Sardjono, "Titik Singgung Perlindungan HKI: Hak Cipta, Merek, dan Desain Industri", *Jurnal Hak kekayaan Intelektual*, Vol.1, April 2012.
- Balaram Gupta, "Names And Logos: Protection Under Intellectual Property Laws And Consequences", *Sports Lawyers Journal*, Vol.2, Spring 1995, hlm. 253.
- Fandy Ahmad dan Djuwityastuti, "Kajian Yuridis Sengketa Keabsahan Logo Sebagai Sebuah Merek

²³Agus Sardjono, *Op.Cit.*, (Note: 17), hlm. 39.

- Dan Hak Cipta”, *Jurnal Privat Law*, Vol.7, Juni 2019.
- Hidayat Arfan dan Dahlan, “Perlindungan Hak Cipta Logo Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (Suatu Penelitian di Kota Banda Aceh)”, *JIM Bidang Hukum Keperdataan*, Vol. 1, November 2017.
- Maya Jannah, “Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Dalam Hak Cipta Di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah “Advokasi”*, Vol.06, September 2018.
- Muchtar AH Labetubun, “Penyelesaian Sengketa Hak Atas Logo (Suatu Kajian Overlapping Hak Cipta dan Merek)”, *Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER*, Vol.5, Juni 2019.
- Rahmat Saputra, “Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Milik Asing Yang Belum Didaftarkan (Studi Kasus Putusan Nomor 189 K/Pdt.Sus-HKI (H.C)/2013)”, *Journal CAKRAWALA*, Vol.19 No.1, Maret 2019.
- Walter K. Coronel dan Kelly K. Suzuka, “Branding: The Nuts And Bolts Of Creating And Protecting A Company Logo”, *Hawaii Bar Journal*, Vol. 20, Agustus 2016.
- Yunus Marlon Lopulalan (*et.al*). “Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1 No. 1, Februari 2021.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Sumber Lain

<https://kbbi.web.id/logo> [diakses 08/12/2020].

<https://pdkiindonesia.dgip.go.id/> [diakses 01/12/2020].