

Perlindungan Hak Cipta di Bidang Desain Grafis Dalam Penjualan Jasa Desain di Media Sosial

Ahya Mofidi Lahida

Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret
e-mail: ahyalhd@gmail.com

Adi Sulistiyono

Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret
e-mail: adisulistiyono@staff.uns.ac.id

Alamat: Jalan Ir. Sutami 36 Kentingan, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah 57126

Korespondensi penulis: ahyalhd@gmail.com

Abstract. *This research aims to identify and analyze how social media as a tool for selling graphic design services is then linked to the legal consequences for copyright objects as well as the legal protection given to copyright owners reviewed using Law Number 28 of 2014. This research is a research normative law with a statutory approach. The legal sources used consist of primary legal materials and secondary legal materials. The legal language analysis technique uses literature study, namely books, journals, articles related to the problem topic. The results of this research show that Law Number 28 of 2014 concerning Copyright has basically provided direct legal protection for graphic design creators for the graphic design work they upload to social media. In protecting their creations, graphic design creators can take legal action, both preventive and repressive.*

Keywords: *Copyright, Graphic Design, Legal Protection, Social Media.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis mengenai bagaimana sosial media sebagai alat penjualan jasa desain grafis yang kemudian dikaitkan dengan akibat hukum terhadap objek hak cipta serta perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik hak cipta ditinjau menggunakan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Sumber hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik analisis baha hukum menggunakan studi kepustakaan, yaitu dengan buku-buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik masalah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta pada dasarnya telah memberikan perlindungan hukum secara langsung bagi pencipta desain grafis atas karya desain grafis yang diunggahnya ke media sosial. Dalam melindungi ciptaannya, pencipta desain grafis dapat melakukan upaya hukum baik secara preventif maupun represif.

Kata kunci: Desain Grafis, Hak Cipta, Media Sosial, Perlindungan Hukum.

LATAR BELAKANG

Teknologi memiliki peran penting dalam membawa peradaban manusia ke era digital yang kita alami saat ini. (Setiawan, 2017) Di era digital yang berkembang pesat ini, media sosial telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Media sosial digunakan oleh berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak hingga generasi tua. (Risnawati, 2021) Media sosial juga membuka peluang baru di dunia pekerjaan, termasuk jasa desain grafis yang banyak ditemukan.

Perkembangan teknologi yang diikuti oleh kemajuan internet dan media sosial membuat manusia lebih inovatif dan kreatif. Kemajuan ini memungkinkan terciptanya ide-ide kreatif yang memajukan berbagai bidang seperti sastra, seni, dan desain. Namun, menciptakan sebuah desain bukanlah hal yang mudah dan tidak bisa dilakukan oleh sembarang orang karena

membutuhkan kreativitas dan keahlian khusus. Proses pembuatan desain yang memakan waktu dan tenaga ini sering kali tidak dihargai oleh banyak orang. Hal ini terbukti dengan maraknya pembajakan desain, terutama pada desain yang tersebar di media sosial.

Saat ini, pembajakan sering terjadi, yang berarti penggunaan desain grafis oleh pihak lain tanpa izin dari pencipta atau pemegang hak cipta. Tindakan tidak terpuji ini menyebabkan kerugian bagi pencipta dan/atau pemegang hak cipta. Hak cipta adalah hak yang melindungi berbagai jenis karya, termasuk karya intelektual dan seni, untuk menjaga keorisinalan ciptaan pencipta. Hak cipta muncul secara otomatis dan eksklusif berdasarkan prinsip deklaratif, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Hak Cipta.

Hak cipta mencakup hak moral dan hak ekonomi. Setiap orang yang ingin menggunakan hak ekonomi atas suatu ciptaan wajib mendapatkan izin dari pencipta. Pasal 9 ayat (3) Undang-Undang Hak Cipta mengatur bahwa: “Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan. Perbuatan ini disebut juga sebagai aktivitas pembajakan. Pembajakan adalah Penggandaan Ciptaan atau produk untuk memperoleh keuntungan ekonomi tanpa adanya izin dari pencipta.”

Pasal 113 ayat (3) dan (4) Undang-Undang Hak Cipta juga mengatur sanksi pidana bagi pelanggaran hak cipta:

(3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).

(4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Namun meskipun sudah peraturan mengenai hal ini, masih banyak oknum yang tidak bertanggung jawab menggunakan cara-cara ilegal untuk memperbanyak, menjual, dan mengklaim desain orang lain sebagai karya mereka sendiri.

KAJIAN TEORITIS

Kerangka Teori dan Konseptual

a. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum melibatkan segala upaya untuk memastikan hak-hak terpenuhi dan memberikan bantuan kepada para korban atau saksi, dengan tujuan menciptakan rasa aman

bagi mereka. Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah usaha untuk memberikan rasa aman terhadap pelanggaran hak asasi manusia oleh pihak lain dan memastikan bahwa masyarakat dapat menikmati semua hak yang dijamin oleh hukum. (Rahardjo, 2000)

b. Perlindungan Hak Cipta

Perlindungan terhadap suatu ciptaan muncul secara otomatis sejak karya tersebut diwujudkan dalam bentuk nyata. Meskipun pencatatan ciptaan tidak wajib untuk memperoleh hak cipta, pencipta atau pemegang hak cipta yang mendaftarkan ciptaannya akan mendapatkan surat pencatatan yang bisa dijadikan alat bukti awal di pengadilan jika terjadi sengketa di masa depan. Perlindungan hak cipta tidak berlaku untuk ide atau gagasan karena karya cipta harus memiliki bentuk yang khas, bersifat pribadi, dan menunjukkan keaslian yang berasal dari kemampuan, kreativitas, atau keahlian penciptanya, sehingga karya tersebut bisa dilihat, dibaca, atau didengar.

Pada dasarnya, hak cipta adalah hak pribadi atas sebuah ciptaan yang merupakan perwujudan dari ide pencipta di bidang seni, sastra, dan ilmu pengetahuan. Hak cipta termasuk dalam kategori hak kekayaan intelektual yang bersifat sangat pribadi dan tidak berwujud.

c. Pengertian Mengenai Plagiarisme

Oxford English Dictionary mendefinisikan plagiarism sebagai “*the practice of taking someone else’s work or ideas and passing them off as one’s own.*” Yang artinya adalah tindakan mengambil hasil karya atau ide orang lain dan mengklaimnya sebagai milik sendiri. Kamus ini juga menjelaskan bahwa kata “plagiarisme” berasal dari bahasa Latin “*plagiarius*” yang berarti ‘penculik’ atau ‘plagium’ yang berarti ‘penculikan’, serta dari bahasa Yunani “*plagion*” (Harliansyah, 2017:103). Berdasarkan asal-usul kata tersebut, plagiarisme dapat diartikan sebagai tindakan menculik karya seseorang dan kemudian mengakuinya sebagai karya sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Melalui pendekatan yang digunakan dalam penulisan artikel ini menggunakan pendekatan yuridif normatif, dan pendekatan Perundang-undangan. Sumber bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah library research yaitu dengan biki, jurnal, artikel, dan studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial Sebagai Alat dalam Penjualan Jasa Desain Grafis dan Dampaknya Terhadap Hak Cipta

Media sosial adalah platform yang digunakan untuk berinteraksi antara individu atau bisnis melalui tulisan, gambar, video, dan berbagai bentuk konten lainnya. Media sosial, juga dikenal sebagai jejaring sosial, merupakan saluran pemasaran yang berkembang paling cepat di dunia (Mustika et al., 2023:7). Transaksi bisnis online yang dilakukan melalui perangkat dan media yang terhubung dengan internet dikenal sebagai *e-commerce*.

Penggunaan internet dan media sosial memudahkan penyedia jasa untuk terhubung langsung dengan calon pembeli, memungkinkan percakapan langsung untuk transaksi bisnis dan kegiatan komersial. Pemasaran melalui media sosial dan internet menawarkan banyak keuntungan, seperti menjangkau target pasar yang lebih luas dan biaya pemasaran yang relatif rendah. Namun, seperti halnya setiap keuntungan, terdapat pula kerugiannya. Media sosial sebagai media pemasaran memiliki kekurangan seperti tidak adanya jaminan bebas dari penipuan, risiko pembajakan, peniruan, atau plagiarisme, keraguan terhadap kredibilitas konsumen, pengambilan informasi pribadi, kemungkinan transaksi yang tidak selesai, dan lain sebagainya.

1. Akibat Hukum dari Transaksi Desain di Media Sosial

Pengalihan hak cipta dikenal dengan dua cara, yaitu transfer atau assignment dan lisensi. Transfer atau assignment adalah pengalihan hak cipta yang berupa pelepasan hak kepada pihak lain, baik sebagian maupun seluruhnya, melalui pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, dan sebab-sebab lain yang diizinkan oleh undang-undang (Tamotsu, 2004:93). Sementara itu, lisensi adalah pengalihan hak cipta dari satu pihak ke pihak lain berupa pemberian izin atau persetujuan untuk memanfaatkan hak cipta dalam jangka waktu tertentu. (Tamotsu, 2004:35)

Pencipta desain grafis dan pemegang hak cipta berhak memberikan lisensi kepada pihak lain berdasarkan surat perjanjian lisensi untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, dengan kewajiban pemberian royalti kepada pemegang hak cipta oleh penerima lisensi. Jumlah royalti yang harus dibayarkan oleh penerima lisensi ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. (Margono, 2002:21). Dalam transaksi jual beli desain grafis, terjadi pengalihan hak cipta dari pemilik desain atau penjual kepada pembeli. Akibat hukum dari transaksi ini adalah bahwa pembeli yang memiliki lisensi secara otomatis mendapatkan hak ekonomi.

Perlindungan Hukum Untuk Pencipta Desain Grafis yang Ciptaannya Beredar di Lingkungan Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. Desain Grafis Sebagai Objek Ciptaan yang Dilindungi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Pengaturan mengenai perlindungan hukum atas hak cipta di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut UUHC). Pasal 1 Angka 1 UUHC menjelaskan bahwa “Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Selanjutnya, Pasal 1 Angka 3 UUHC menyebutkan bahwa ciptaan adalah setiap hasil karya di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan dari inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang diekspresikan dalam bentuk nyata. Salah satu bentuk ciptaan yang disebutkan dalam pasal tersebut adalah hasil karya di bidang seni. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, desain grafis adalah bagian dari seni, sehingga desain grafis termasuk salah satu ciptaan yang dilindungi oleh UUHC.

Pasal 1 Angka 4 menegaskan bahwa pemegang hak cipta yang utama adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta. Berkaitan dengan pemegang hak cipta desain grafis yang dijual di media sosial, maka pencipta atau desainer grafis adalah pemilik hak cipta yang dapat mengalihkan hak ciptanya kepada pihak lain secara sah. Selanjutnya, mengenai royalti dan penggunaan komersial karya cipta diatur dalam Pasal 1 Angka 21 dan Pasal 1 Angka 24 UUHC, yang menyatakan bahwa pencipta atau pemilik hak terkait berhak menerima royalti dari penggunaan komersial karya cipta. Pihak lain harus mendapatkan persetujuan dari pencipta untuk menggunakan karya cipta secara komersial. Ketentuan tersebut tertuang dalam Pasal 8 dan Pasal 9 UUHC yang membahas hak ekonomi yang dimiliki oleh pencipta.

2. Perlindungan terhadap Ciptaan Desain Grafis

a) Pencatatan Ciptaan

Mencatatkan ciptaan melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia merupakan salah satu upaya preventif yang dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada hasil ciptaan karya desain grafis. Ketentuan mengenai pencatatan ciptaan tertuang dalam Pasal 64 hingga Pasal 73 UUHC. Pencatatan hak cipta berguna untuk mempermudah penyelesaian jika terjadi sengketa mengenai ciptaan tersebut. Ketika ciptaan telah didaftarkan ke Kemenkumham, karya cipta akan mendapatkan surat pencatatan ciptaan.

Surat ini dapat digunakan sebagai bukti awal kepemilikan yang akan memudahkan pencipta dan pemilik hak cipta dalam menghadapi sengketa. (Choirunnisa, 2021:8)

b) Langkah Hukum yang Dapat Diambil Apabila Terdapat Pelanggaran

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) secara internasional mewajibkan negara-negara untuk memberikan sanksi hukum yang tegas kepada pelaku kejahatan hak cipta dalam sistem hukumnya. (Oksidelfa, 2015:750). Di Indonesia, sengketa mengenai hak cipta dapat diselesaikan baik secara perdata maupun pidana. Sanksi pidana dapat diberikan kepada pelanggar hak cipta yang menggunakan atau mengambil suatu ciptaan milik orang lain demi kepentingan komersial tanpa persetujuan dari pencipta. Ketentuan mengenai sanksi pidana terdapat pada Pasal 113 UUHC yang menyatakan bahwa:

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Dalam langkah hukum perdata, berdasarkan Pasal 95 UUHC, terdapat tiga bentuk penyelesaian sengketa hak cipta, yaitu dengan alternatif penyelesaian sengketa, arbitrase, dan pengadilan. Pengadilan yang berwenang menangani penyelesaian sengketa hak cipta adalah Pengadilan Niaga, sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta Pasal 95 Ayat (2) dan (3). Gugatan atas pelanggaran hak cipta melalui jalur peradilan ini diajukan kepada Ketua Pengadilan Niaga. Upaya hukum yang dapat dilakukan terhadap putusan

Pengadilan Niaga hanya melalui kasasi. Permohonan kasasi diajukan dan diterima oleh Mahkamah Agung melalui Pengadilan Niaga.

KESIMPULAN

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) memberikan perlindungan hukum langsung kepada pencipta desain grafis, termasuk desain grafis yang diunggah ke media sosial. Perlindungan hukum bagi pemilik hak cipta diatur dalam Pasal 1 Angka 1, Pasal 1 Angka 4, Pasal 9, dan Pasal 40 Ayat (1) UUHC. Di Indonesia, perlindungan hukum hak cipta diberikan secara otomatis sesuai dengan prinsip deklaratif yang tercantum dalam Pasal 1 Angka 1 UUHC. Pencipta desain grafis memiliki upaya perlindungan hukum dengan mendaftarkan ciptaannya ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Meskipun ini bukan kewajiban, pencatatan tersebut dapat memudahkan pembuktian jika terjadi sengketa terhadap hak cipta. Upaya lain adalah melalui perlindungan hukum represif yang digunakan ketika hak cipta telah dilanggar. Berdasarkan Pasal 95 UUHC, terdapat tiga bentuk penyelesaian sengketa hak cipta, yaitu dengan alternatif penyelesaian sengketa, arbitrase, dan pengadilan. Pengadilan Niaga memiliki kewenangan untuk menyelesaikan sengketa hak cipta. Selain melalui gugatan perdata, sanksi pidana juga dapat diterapkan kepada pelanggar hak ekonomi pemilik hak cipta sesuai dengan ketentuan Pasal 113 UUHC.

SARAN

Pemerintah, khususnya Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, perlu memberikan perlindungan hukum yang kuat kepada pemilik hak cipta yang telah mendeklarasikan karya ciptanya namun belum mencatatkan karya tersebut. Hal ini disesuaikan dengan Pasal 1 Angka 1 UUHC yang menyatakan bahwa hak eksklusif dapat didapatkan oleh pencipta berdasarkan prinsip deklaratif.

DAFTAR REFERENSI

- Choirunnisa, F. T. (2021). Perlindungan hukum hak cipta terhadap desain grafis dalam media sosial Pinterest (BAB I). Universitas Sebelas Maret.
- Harliansyah, F. (2017). Plagiarism dalam karya atau publikasi ilmiah dan langkah strategis pencegahannya. *LIBRIA*, 9(2), 103–114. <http://repository.uin-malang.ac.id/2080/1/2080-1.pdf>
- I Wayan Willy Mustika, & Salsa Bila Jihan Maulidah. (2023). Analisis penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran pada usaha kecil menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 7–12. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.1716>

- Margono, S. (2002). *Komersialisasi aset intelektual aspek hukum bisnis*. Grasindo.
- Oksidelfa, Y. (2015). Konsep perlindungan hak cipta dalam ranah hukum hak kekayaan intelektual (studi kritis pembajakan karya cipta musik dalam bentuk VCD dan DVD). *Yustisia Jurnal Hukum*, 93(3), 746–760. <https://doi.org/10.20961/yustisia.v93i0.3702>
- Rahardjo, S. (2000). *Ilmu hukum*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Risnawati, N. (2021). Peran media sosial dimasa pandemi untuk kemajuan perekonomian di masyarakat. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i1.56>
- Setiawan, W. (2017). Era digital dan tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Tamotsu, H. (2004). *Asian copyright handbook*. ACCI-IKAPI.