

Gagasan Creative Commons License sebagai Instrumen Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Pekerja Ekonomi Kreatif di Bidang Desain Grafis

Eltirta Muhammad Arief Tirtayasa¹, Aditya Yuli Sulistyawan²,
Muh. Afif Mahfud³

^{1,2,3} Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro
Jalan dr. Antonius Suroyo, Tembalang, Kota Semarang, Indonesia
Email: eltirtamuhhammad@gmail.com
DOI: <https://doi.org/10.14710/pls.31264>

Licensed under a Creative Commons Attribution 4.0
International

ABSTRACT

Objective: This research aims to explore the implementation of copyright registration for creative economy workers in the field of graphic design and explain the concept of the Creative Commons License.

Methodology/Approach/Design: This study adopts an empirical non-doctrinal approach, utilizing primary data and legal materials. The data was collected through interviews and analyzed qualitatively using the interactive model proposed by Miles and Huberman.

Results and Discussion: The study found that copyright registration for creative economy workers in graphic design is not yet effective. This is due to the lack of awareness among graphic design workers regarding the benefits and mechanisms of copyright registration, as well as the absence of professional ethics within the graphic design community. Furthermore, the Creative Commons License emerges as a digital licensing solution that simplifies the understanding of legal protection for graphic designers' works.

Practical Implications: This research has practical implications for raising legal awareness among graphic designers to maximize the copyright registration mechanism, as well as for the government to improve its services in this area. This is based on the goal of maximizing legal protection for design works.

Novelty/Value: This research contributes to evaluating and proposing the Creative Commons License as part of an intellectual property protection instrument in the field of graphic design.

ABSTRAK

Tujuan: penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi pendaftaran hak cipta bagi para pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis dan menjelaskan mengenai gagasan Creative Commons License.

Metodologi/Pendekatan/Desain: penelitian ini merupakan penelitian non-doktrinal empiris sehingga menggunakan data primer dan juga bahan hukum. Kemudian data tersebut dikumpulkan melalui wawancara dan analisis secara kualitatif melalui model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman.

Hasil dan Pembahasan: penelitian menemukan bahwa pendaftaran Hak Cipta bagi pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis belum efektif. Hal ini disebabkan oleh minimnya wawasan yang dimiliki oleh pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis mengenai manfaat dan alur mekanisme dari pendaftaran hak cipta serta belum adanya etika profesi dari para pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis. Kemudian, Creative Commons License hadir sebagai lisensi di ranah digital dan sebuah solusi terhadap karya-karya desain yang dihasilkan para desainer grafis untuk menyederhanakan pemahaman bagi para desainer grafis dalam hal perlindungan hukum bagi karya-karya yang dihasilkan.

Dampak Praktis: penelitian ini berimplikasi praktis pada kesadaran hukum para desainer grafis untuk dapat memaksimalkan mekanisme pendaftaran hak cipta, berikut dengan pemerintah untuk dapat terus meningkatkan pelayanan atas hal ini. Hal ini berdasarkan pada orientasi kemanfaatan atas perlindungan hukum bagi karya para pelaku pekerjaan desain.

Keywords:
Copyright. Creative
Commons License.
Graphic Desi.

Kata Kunci: Hak
Cipta. Creative
Commons License.
Desainer Grafis.

Kebaruan/Nilai: penelitian ini berkontribusi dalam mengevaluasi sekaligus menggagas *creative commons license* sebagai bagian dari instrumen perlindungan hak kekayaan intelektual di bidang desain grafis.

PENDAHULUAN

Pada rezim kepemerintahan Joko Widodo, sektor Ekonomi Kreatif merupakan salah satu komoditas ekonomi yang mendapatkan perhatian istimewa dari pemerintah. Hasil survei oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS) yang dilakukan pada tahun 2017, PDB dari sektor ekonomi kreatif menunjukkan nilai sebesar Rp67,42 triliun semula bernilai Rp784,82 triliun hingga menjadi Rp852 triliun. Pemetaan untuk jumlah pekerja ekonomi kreatif bisa dibilang termasuk tinggi. Data yang ditunjukan pada tahun 2015 dari sekitar sampel data 114,8 juta jiwa, terdapat 15,95 juta (sekitar 14%) yang memiliki pekerjaan di sektor ekonomi kreatif.

Berbagai fenomena tersebut tidak lepas dari pemberitaan yang lebih luas mengenai industri kreatif. Pemberitaan ini memperluas pemahaman masyarakat terhadap dunia kerja yang menjadi tren baru di Indonesia seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Ini menjadi sesuatu yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya bahwa hanya berdiam diri di rumah akan membuat uang masuk ke kantong dengan sendirinya.

Tirtayasa

Progressive Law and
Society (PLS)
2024

Namun, mengingat potensi besar secara ekonomi, para pekerja ekonomi kreatif kerap menghadapi masalah. Menurut David Lee (2012) ada beberapa aspek yang luput dari perhatian untuk dilakukan analisa terkait munculnya pekerja kreatif, yaitu implikasi dari sosiologis, politik dan beberapa tantangan dan konsekuensi dari munculnya pekerja ekonomi kreatif.

Dilihat dari aspek sejarah, industri kreatif tidak terlepas dari adanya perkembangan industri budaya dan memberikan dampak lanjutan yang akhirnya muncul bernama industri kreatif. Perlu kita ketahui bersama bahwa sejak awal tahun 1990-an, istilah "ekonomi kreatif" berubah menjadi "industri kreatif".

Creative Nation di Australia-lah yang mulai mempopulerkan istilah 'industri kreatif melalui laporannya, dan istilah ini dengan cepat diadopsi oleh pemerintahan Partai Buruh Baru di Inggris pada tahun 1997.

Pembentukan Departemen Kebudayaan, Media dan Olahraga (DCMS) merupakan tonggak mempopulerkan istilah tersebut, yang akhirnya tercermin dalam Pemetaan Satuan Tugas Industri Kreatif setahun kemudian (1998) dan sebuah dokumen diterbitkan (Prayogi, 2021).

Sejak abad ke-19 hingga zaman modern, desain grafis lahir dari kebutuhan manusia untuk berkomunikasi melalui gambar. Mulai dari penggunaan simbol sederhana hingga perangkat komputasi canggih. Akar desain adalah seni visual murni, yang kemudian berkembang menjadi fungsi identifikasi, informasi dan bimbingan, serta periklanan dan presentasi.

Desain grafis adalah media penyampaian informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi dengan memperhatikan kaidah estetika (Dewoijati, 2015). Elemen desain terpenting dalam desain grafis adalah elemen dasar berupa garis, jenis, bentuk, dan tekstur.

Struktur, di sisi lain, adalah pengorganisasian elemen desain ini. Struktur desain yang baik adalah hasil dari pengintegrasian prinsip desain secara akurat ke dalam proses penempatan. Prinsip desain yang paling penting terdiri dari keseimbangan, kontras, kesatuan, nilai, dan warna. Melalui proses interaksi dengan dunia seni, sosial budaya, industri dan perdagangan, berbagai pola dan gaya desain grafis menjadi semakin kaya dan berwarna.

Desain grafis merupakan ilmu terapan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan, informasi, ide, konsep, dan ajakan kepada masyarakat dalam bentuk visual. Desain grafis juga mencakup banyak elemen seperti tipografi, ilustrasi, dan pembuatan tata letak. Desainer grafis juga membutuhkan aplikasi sebagai tempat atau wadah dalam membuat desain. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak aplikasi yang tersedia. Aplikasi yang paling umum digunakan oleh para desainer grafis adalah Adobe Illustrator, Corel Draw, Adobe Photoshop, dan After Effects, namun kini ada beberapa aplikasi lain seperti Canva, VN, dan Animaker.

Oleh karena itu, para desainer grafis harus lebih peka terhadap kreativitas miliknya dan juga memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai inovasi-inovasi di dunia desain grafis. Selain itu, ada iklan yang merupakan salah satu jenis aktivitas komunikasi nonpribadi yang muncul di media. Dimaksudkan untuk meminta atau memberikan informasi kepada masyarakat umum. Terdapat jenis media sosial yang digunakan.

Tirtayasa

Progressive Law and
Society (PLS)
2024

Media sosial juga memainkan peran penting dalam periklanan, karena menyediakan sarana interaksi cepat dengan masyarakat. Dengan cara ini, mempromosikan produk dan layanan hebat Anda menjadi mudah. Inti dari periklanan adalah untuk meyakinkan masyarakat tentang suatu produk atau jasa (Rahardja, 2022).

Perkembangan teknologi, khususnya Internet, semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses dan menyebarluaskan informasi. Namun tindakan seperti menyalin, memotong, menempel, mengedit, dan berbagi file justru melanggar hak cipta. Berdasarkan hal ini, pada tahun 2002, organisasi nirlaba membuat inovasi dan terobosan yang memungkinkan kreativitas dan pengetahuan dibagikan dan dimanfaatkan melalui alat hukum gratis. Berdasarkan analisis diskusi kreatif, hal ini bukanlah pengganti hak cipta, namun pencipta/penulis dapat mengubah hak tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Lisensi yang dimaksud disini bernama *Creative Commons License* / Lisensi Kreativitas Bersama.

Berbasis di California, AS, Creative Commons menyediakan serangkaian lisensi hak cipta terstandar yang dapat digunakan oleh pencipta sebagai media untuk mendistribusikan karyanya. Penulis sebagai pemberi lisensi mempunyai izin sebagai penerima lisensi untuk menggunakan ciptaannya secara bebas dan sah melalui lisensi *Creative Commons* (lisensi CC) dengan tetap mempertahankan hak-hak lain (beberapa hak dilindungi undang-undang) kepada publik.

Creative Commons memiliki 4 (empat) kondisi utama yang ditawarkan kepada pencipta atas karya cipta mereka, yaitu: (1) Attribution, pencipta mewajibkan adanya atribusi/pencantuman namanya sebagai pencipta bagi mereka yang menggunakan karya kreatifnya; (2) Non-Comercial, pencipta hanya mengijinkan penggunaan non komersial atas karyanya; (3) No Derivatives, pencipta mewajibkan penggunaan karyanya sebagaimana adanya, tidak untuk dimodifikasi; dan (4) Share Alike, setiap derivatif atau turunan dari karya

yang digunakan harus diumumkan dengan sebuah lisensi share alike license (Lessig, 2003).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang diterapkan oleh penulis dengan melakukan pendekatan non-doktrinal empiris yang mengonsepkan hukum sebagai perilaku (*nomos*) oleh sebab itulah fokus pada penelitian ini adalah perilaku yakni implementasi pendaftaran hak cipta pada pekerja seni kreatif di bidang desain grafis.

Penelitian yang berfokus pada perilaku ini khususnya pendaftaran Hak Cipta bagi pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis pada dua wilayah yakni Jakarta dan Bandung oleh sebab itulah penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan functional comparative law.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Pendaftaran Hak Cipta Bagi Pekerja Ekonomi Kreatif Di Bidang Desain Grafis

Hak Cipta merupakan salah satu hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta guna melindungi hak ekonomi dan hak moral atas ciptaan yang merupakan hasil karyanya (Simatupang, 2021). Pendaftaran hak cipta merupakan suatu hal yang sangat perlu dilakukan karena pendaftaran hak cipta menimbulkan perlindungan hukum kepada yang bersangkutan. Perlindungan hukum merupakan usaha yang dibuat oleh setiap orang dan pemerintah secara sadar untuk melindungi hak seseorang atas kepunyaannya dan mengendalikan tindakan orang lain terhadap kepunyaan atau haknya yang dalam hal ini adalah hak cipta.

Selaras dengan konsepsi hak, didalamnya terdapat dua unsur utama, yakni akses dan eksklusivitas. Kata akses bermakna kewenangan orang tersebut untuk menggunakan hanya sehingga didalamnya terdapat aspek kenikmatan termasuk menikmati keuntungan yang timbul dari barang yang menjadi kepunyaannya. Kemudian kata eksklusivitas yakni adanya kewenangan untuk mengesampingkan orang lain dalam penggunaan hak tersebut sehingga yang bersangkutan dapat menghalangi orang lain untuk menggunakan kepunyaannya dan dapat pula mengizinkannya. Pada titik ini, pemegang hak cipta akan mendapatkan perlindungan hukum atas karya/ciptaannya baik dari sisi akses maupun eksklusivitas.

Adanya hak cipta ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang berasal dari negara. Bahkan dinyatakan bahwa perlindungan hukum kepada masyarakat adalah salah satu unsur penting dari negara hukum. Ini selaras dengan Pasal 28 G Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi. Artinya, negara berkewajiban untuk melindungi kepemilikan/*property* termasuk hak cipta sebagai salah satu *intellectual property rights* atau hak kekayaan intel. Salah satu pihak yang penting untuk mendaftarkan hak ciptanya adalah pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis. Heffland mendefinisikan desain grafis sebagai hasil dari kombinasi kompleks antara kata-kata, gambar, angka, grafik, foto dan ilustrasi. Hal ini disebabkan pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis merupakan salah satu pekerjaan yang

Tirtayasa

Progressive Law and
Society (PLS)
2024

memiliki resiko dalam konteks perlindungan hak ciptanya. Adapun sektor ekonomi kreatif yang beresiko adalah Aktivitas desain komunikasi visual/desain grafis; Aktivitas desain khusus film, video, program televisi, animasi dan komik; Aktivitas desain konten game; Aktivitas desain konten kreatif lainnya; dan Aktivitas fotografi.

Adanya resiko yang melekat pada sektor industry kreatif juga ditunjukkan pada data hasil operasional kekayaan intelektual yang menunjukkan banyaknya pelanggaran hak cipta dibidang desain grafis. Pada tahun 2023, jumlah pelanggaran hak cipta termasuk dibidang desain grafis mencapai 53 kasus. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun 2022 yang mencapai 46 kasus. Banyaknya pelanggaran di bidang desain grafis ini juga berkontribusi dalam tingginya angka aduan pelanggaran dari tahun 2019 hingga tahun 2022 yang mencapai 138 kasus dengan total kerugian negara mencapai 291 triliun rupiah sejak tahun 2015 hingga tahun 2020.

B. Gagasan Creative Commons License sebagai Upaya Melindungi Hak Cipta Pekerja Ekonomi Kreatif di Bidang Desain

Dengan pesatnya perkembangan teknologi memberikan dampak pada perubahan pola masyarakat Indonesia, dalam hal ini bisa berakibat pada hal yang baik maupun buruk. Teknologi merupakan hal yang paling esensial dalam memecahkan masalah yang rumit sekalipun. Perkembangan teknologi menjadi salah satu pemicu dalam transformasi peraturan Undang-Undang Hak Cipta di Indonesia. Pesatnya kemajuan teknologi ini perlu adanya penegakan hukum secara proporsional dan ketat untuk menangkal kejahata-kejahatan yang merajalela di dunia digital.

Tirtayasa

Progressive Law and Society (PLS)

2024

Perkembangan teknologi ini membuka lahan baru bagi masyarakat untuk mencari peruntungan salah satunya adalah dunia digital. Semakin luasnya lahan ini mempengaruhi insiatif masyarakat dalam menjalankan sebuah pangsa pasar ekonomi kreatif di dunia digital. Luasnya teritorial daya jelajah masyarakat Indonesia ini memaksa regulasi untuk beradaptasi pada pola masyarakatnya. Dengan mendorong Undang-Undang Hak Cipta untuk dioptimalkan sebagai langkah perlindungan hukum bagi masyarakat. Tentunya masifnya karya ciptaan masyarakat yang dilepaskan ke internet ini sebagai sebuah *information goods* perlu memberikan keuntungan bagi masyarakat untuk melakukan aksesibilitas dan kebermanfaatan secara ekonomi bagi seorang pencipta.

Keberadaan internet ini memberikan efek perubahan dengan munculnya sebuah kebudayaan baru, yaitu budaya *culture of sharing* dalam hal pencipta menyebarluaskan ciptaannya. Kreatifitas manusia ini mendorong adanya perubahan-perubahan pada nilai budaya masyarakat, seperti kemunculan industri baru yaitu industri kreatif. Dari segi nilai ekonomis ini tentu memberikan kebermanfaatan yang luar biasa bagi masyarakat. Sehingga tidak jarang ditemui beberapa pelanggaran-pelanggaran atas implikasi kegiatan ekonomi yang perlu adanya jaminan hukum.

Teknologi seperti *search engine*, *e-books*, kemudian pengeditan file format foto/video ini memiliki kebermanfaatan bagi manusia namun menjadi perhatian ketika kepemilikan terhadap suatu karya merupakan satu aspek penting untuk diberikan jaminan hukum

Sebuah karya tidak diizinkan apabila disebarluaskan tanpa seizin dari pihak yang bersangkutan dan jika melanggar akan terkena tuntutan hukuman. Di satu sisi ada

yang beranggapan bahwa Hak Cipta mempersempit ruang kreativitas seseorang. Dengan ditambahnya keresehan mengenai beban biaya pada saat ingin melakukan pendaftaran Hak Cipta dan kerumitan alur birokrasi jadi mempersulit penegakan Hak Cipta di Indoensia.

Hak Cipta hanya bisa diimplementasikan bagi hal-hal yang bersifat komersil. Sehingga melunturkan semangat kerjasama dalam hal membangun ekosistem yang baik. Muncul di Tahun 2002 sebuah gerakan dengan semanagat keterbukaan dan aksesibilitas yang memungkinkan orang-orang untuk memiliki akses yang terbuka luas.

Creative Commons License hadir dalam memberikan sebuah inovasi untuk memberikan kepada para kreator untuk saling berbagi ide dan karya, dengan terbuktiinya bahwa Creative Commons memiliki kontribusi pada pertumbuhan sebuah produk budaya yang dapat dinikmati banyak orang. Creative Commons hadir dengan memperkenalkan semangat Licensi Kreativitas Bersama (Creative Commons License) sebagai sebuah perjanjian antar sesama manusi di dunia digital.

Creative Commons ini memberikan penyederhanaan dalam hal hubungannya dengan pihak pemberi lisensi. Licensi creative commons adalah alat yang terstandarisasi yang membuat hubungan hukum tersebut menjadi sederhana bagi kedua belah pihak. Penyusunan dan negosiasi kontrak lisensi individu adalah masalah yang rumit yang biasanya membutuhkan keterlibatan pengacara. Menyumbangkan ciptaan berhak cipta ke dalam wadah kepemilikan bersama dalam lingkungan internasional (melalui internet) bahkan lebih rumit lagi. Licensi kreativitas bersama membebaskan para pencipta dan pemegang hak cipta dari kerumitan ini.

Tirtayasa

Progressive Law and
Society (PLS)

2024

Khususnya, teks lisensi yang disebarluaskan oleh inisiatif seperti creative commons secara menyeluruh disusun oleh para ahli hukum dan kemudian dapat diakses secara gratis untuk penggunaan pihak yang berkepentingan. Permasalahan hak cipta di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta). Dalam undang undang tersebut, berdasarkan Pasal 1 angka 1 pengertian hak cipta adalah "hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang undangan yang berlaku. Sistem hukum hak cipta di Indonesia berdasarkan UU Hak Cipta maka bisa dilihat bahwa konsep yang diusung oleh creative commons belum mendapat tempat yang signifikan di dalam sistem hukum hak cipta di Indonesia.

Hal ini ditandai dengan minimnya penjabaran dan juga pengimplementasian konsep-konsep dan ide-ide dasar dari creative commons. Belum masuknya konsepsi creative commons di dalam sistem hukum hak cipta di Indonesia bisa diakibatkan oleh masa kemunculan dan perkembangan dari creative commons sendiri. Inisiatif untuk membentuk creative commons sendiri baru muncul di awal tahun 2000-an tepatnya tahun 2002 dan tumbuhnya pun di luar negeri bukan di Indonesia. Konsep creative commons tidak serta merta menjadi besar dan terkenal seperti sekarang melainkan memerlukan waktu yang cukup lama untuk bisa tumbuh dan berkembang seperti sekarang ini. Hal ini dikarenakan menurut peneliti akibat berbedanya konsep perlindungan pencipta karya cipta yang ditawarkan oleh creative commons jika dibandingkan dengan perlindungan (Syahrum, 2022).

Perkembangan dunia digital termasuk internet yang semakin mengaburkan batas-batas teritorial ini perlu adanya konsep perlindungan hukum yang mengedepankan

hak moral dan hak ekonomi seorang pencipta (Disemadi & Romadona, 2021). Sehingga kekhawatiran seorang pencipta akan kelangsungan hidupnya akan tetap terjaga dan lebih memudahkan dalam memberikan akses yang luas terhadap masyarakat untuk digunakan.

Melihat daripada konsep Hak Cipta yang diadaptasi dari paham barat mengenai nilai-nilai liberalisme dan individualisme ini tidak memiliki keselarasan dengan nilai dan pola pikir masyarakat Indonesia yang lebih menekankan pada sifat-sifat komunalistik masyarakatnya. Seperti nilai-nilai Asian Value untuk menekankan soal kebersamaan.

Konsekuensi terhadap inovasi teknologi. Kemajuan teknologi memang dapat mendorong terciptanya sebuah inovasi. Namun, seringkali dapat mengakibatkan konsekuensi yang tidak terduga dan tidak diinginkan. Seperti contohnya, masalah privasi yang berkaitan dengan pengambilan data, manipulasi di bidang digital, dan hal lainnya. Sebagai sebuah profesi yang memanfaatkan teknologi dalam pekerjaannya, sudah sepatutnya seorang desainer bertanggung jawab untuk mempertimbangkan kemungkinan dari konsekuensi yang didapat ketika memanfaatkan sebuah teknologi (Schifferstein et al., 2022).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konsekuensi seorang desainer grafis memiliki tantangan dengan makin berkembangnya dunia digital. Berkembangnya dunia digital ini yang membuka celah bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penyelewengan seperti pembajakan (*piracy*), plagiasi dan penggunaan tanpa izin. Tentu hadirnya Creative Commons License ini menjadi solusi terhadap dinamika dunia digital. Karena, Creative Commons License disamping dapat menyederhanakan pemahaman soal perlindungan hukum bagi seorang creator serta dapat memberikan akses yang mudah bagi masyarakat untuk melakukan penggunaan karya.

Creative Common License ini juga selaras dengan penerapan *fair dealing*. Prinsip ini bermakna hak pemilik atas karya cipta tidak serta merta menjadikan seseorang untuk monopoli dan memperkaya diri sendiri atas hak ekonomi (Mirza, 2022). Untuk menyeimbangkan hak pemilik dengan kepentingan masyarakat, maka UUHC mengizinkan penggunaan ciptaan-ciptaan tertentu tanpa perlu izin pencipta, pengaturan ini terdapat di dalam pasal 43-51 UUHC. Hal tersebut juga terkait dengan pasal 26 UUHC tentang pembatasan perlindungan hak ekonomi yang menjelaskan bahwa hak ekonomi tidak diberlakukan apabila menggunakan kutipan singkat untuk pelaporan peristiwa aktual guna kebutuhan penyediaan informasi, menggandakan ciptaan guna kepentingan penelitian ilmu pengetahuan, menggandakan ciptaan guna kebutuhan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang sudah dipublish sebagai bahan ajar dan menggunakan untuk kebutuhan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan.

KESIMPULAN

Pendaftaran Hak Cipta oleh pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis belum efektif. Hal ini disebabkan oleh dua faktor, yakni ; (a) Minimnya kesadaran yang dimiliki oleh pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis. Hal ini disebabkan para pekerja ekonomi kreatif di bidang desain grafis tidak memahami manfaat dari hak cipta guna perlindungan karyanya. Selain itu, pekerja ekonomi kreatif juga mengedepankan aspek gotong royong atau kebersamaan padahal hak cipta menekankan pada aspek individualisme (kepemilikan individual). Kondisi ini menyebabkan banyaknya pelanggaran terhadap hak cipta. (b) Belum adanya etika

profesi yang ada di Indonesia membuat para desainer kehilangan arah dalam melakukan pendisiplinan sehingga para desainer kehilangan arah dalam melakukan pendisiplinan terhadap budaya kerja desainer.

REFERENSI

- Dewoijati, R. K. W. (2015). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Imaji*, 7(2), 1006–1009. <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>
- Disemadi, H. S., & Romadona, H. G. (2021). Kajian Hukum Hak Pencipta Terhadap Desain Grafis Gratis Yang Dipergunakan Kedalam Produk Penjualan Di Indonesia. *Jurnal Meta-Yuridis*, 4(2), 45–66. <https://doi.org/10.26877/m-y.v4i2.8167>
- Lee, D. (2012). Precarious creativity: Changing attitudes towards craft and creativity in the British independent television production sector. *Creative Industries Journal*, 4(2), 155–170. https://doi.org/10.1386/cij.4.2.155_1
- Lessig, L. (2003). The Creative Commons. *Florida Law Review*, 55(3), 299–325.
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Visualideas*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Rahardja, U. (2022). Social Media Analysis as a Marketing Strategy in Online Marketing Business. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(2), 176–182. <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i2.120>
- Tirtayasa**
Progressive Law and Society (PLS)
 2024
- Schifferstein, H. N. J., Lemke, M., & de Boer, A. (2022). An exploratory study using graphic design to communicate consumer benefits on food packaging. *Food Quality and Preference*, 97, 104458. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104458>
- Simatupang, K. M. (2021). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hak Cipta dalam Ranah Digital. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 15(1), 67. <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2021.v15.67-80>
- Syahrum, M. (2022). Keberadaan Dewan Pengawas Komisi Pemberantasan Korupsi Pasca Revisi UU KPK. *Jurnal Kajian Pembaruan Hukum*, 2(1), 85. <https://doi.org/10.19184/jkph.v2i1.27842>