

Bab 2: Peta Dasar Hak Kekayaan Intelektual untuk Pemula

Pada Bab 1 kita sudah membedakan antara ide dan ekspresi. Kita belajar bahwa tidak semua yang terasa “milik saya” dapat dilindungi dengan cara yang sama. Sebuah gagasan riset, konsep logo, metode kerja, data mentah, ilustrasi final, nama merek, desain kemasan, dan naskah artikel berada di wilayah perlindungan yang berbeda.

Bab ini adalah peta awalnya.

Bayangkan Anda sedang melihat sebuah meja kerja. Di atas meja itu ada beberapa benda:

- sketsa logo;
- file final logo;
- nama brand klien;
- desain kemasan;
- font yang dipakai;
- proposal riset;
- dataset;
- draft artikel ilmiah;
- catatan eksperimen;
- kontrak kerja;
- email persetujuan revisi;
- file presentasi yang belum dipublikasikan.

Semua benda itu mungkin berhubungan dengan kekayaan intelektual. Tetapi tidak semuanya dilindungi oleh hak yang sama. Ada yang lebih cocok dilindungi dengan hak cipta, ada yang dengan merek, ada yang mungkin masuk desain industri, ada yang dapat menjadi paten, ada yang justru harus dijaga sebagai rahasia dagang, dan ada yang hanya aman jika diatur dengan lisensi atau kontrak.

Tujuan bab ini bukan membuat Anda menghafal semua pasal. Tujuan kita lebih praktis: setelah membaca bab ini, Anda bisa melihat karya sendiri lalu bertanya, “Bagian ini sebaiknya dilindungi dengan alat yang mana?”

Sebelum masuk satu per satu, pegang satu prinsip penting:

> Hak kekayaan intelektual bukan satu pagar besar. Ia adalah beberapa jenis pagar yang berbeda, dipasang untuk objek yang berbeda, dengan syarat dan fungsi yang berbeda.

Satu karya bahkan bisa memakai beberapa pagar sekaligus. Sebuah logo, misalnya, bisa dilindungi sebagai karya seni melalui hak cipta, dipakai sebagai identitas bisnis melalui merek, dan diatur kepemilikannya melalui kontrak antara desainer dan klien. Sebuah hasil riset bisa dilindungi sebagai naskah ilmiah melalui hak cipta, sebagai invensi teknologi melalui paten jika memenuhi syarat, atau sebagai informasi rahasia sebelum publikasi melalui perjanjian kerahasiaan.

Mari kita susun petanya dengan tenang.

Kekayaan intelektual: nilai yang lahir dari olah pikir

Kekayaan intelektual adalah istilah umum untuk berbagai hak atas hasil olah pikir manusia yang memiliki nilai. Nilai ini bisa berupa nilai ekonomi, reputasi, akademik, strategis, atau sosial. Organisasi Kekayaan Intelektual Dunia menjelaskan kekayaan intelektual sebagai ciptaan pikiran, seperti invensi, karya sastra dan seni, desain, simbol, nama, dan gambar yang digunakan dalam perdagangan (World Intellectual Property Organization, n.d.).

Definisi itu penting, tetapi masih terlalu luas untuk dipakai sehari-hari. Dalam praktik, kita perlu memecahnya.

Untuk kreator desain grafis dan penulis ilmiah, pertanyaan praktisnya biasanya seperti ini:

- Apakah karya visual saya otomatis dilindungi?
- Apakah nama brand perlu didaftarkan sebagai merek?
- Apakah desain kemasan bisa dilindungi?
- Apakah ide riset dapat dipatenkan?
- Apakah data penelitian termasuk hak cipta?
- Apakah saya boleh memberi izin pakai tanpa menyerahkan kepemilikan?
- Apakah kontrak bisa menentukan siapa yang memiliki file master?

Jawabannya bergantung pada jenis hak yang sedang dibicarakan.

Hak cipta: melindungi bentuk ekspresi, bukan ide mentah

Kita mulai dari hak yang paling sering bersentuhan dengan desainer dan penulis: hak cipta.

Hak cipta adalah hak eksklusif atas ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Dalam hukum Indonesia, hak cipta timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata, tanpa mengurangi pembatasan sesuai peraturan perundang-undangan (Republik Indonesia, 2014, Pasal 1 angka 1).

Mari kita uraikan kalimat itu.

Hak eksklusif berarti ada hak khusus yang pada dasarnya dimiliki oleh pencipta atau pemegang hak cipta. Misalnya, hak untuk menggandakan, menerbitkan, mengadaptasi, mendistribusikan, atau memberi izin kepada orang lain untuk memakai karya tersebut.

Ciptaan berarti hasil karya yang sudah memiliki bentuk. Bukan sekadar lintasan pikiran. Bukan sekadar “saya ingin membuat poster tentang kesehatan mental dengan warna biru”. Tetapi poster yang sudah digambar, ditulis, disusun, atau disimpan dalam file.

Timbul otomatis berarti perlindungan hak cipta tidak bergantung sepenuhnya pada pendaftaran. Ketika sebuah ilustrasi orisinal sudah diwujudkan dalam file, kertas, atau media lain, hak cipta dapat timbul. Namun, otomatis bukan berarti tanpa masalah. Dalam sengketa, Anda tetap perlu bukti: kapan karya dibuat, siapa yang membuat, bagaimana prosesnya, dan apakah karya itu benar-benar orisinal. Inilah sebabnya bab-bab berikutnya akan membahas dokumentasi, arsip, timestamp, dan bukti proses.

Contoh sederhana:

Seorang desainer membuat poster acara musik. Ide umumnya adalah “poster konser bergaya retro dengan warna merah dan kuning”. Ide itu sendiri tidak dimonopoli. Orang lain masih boleh membuat poster retro merah-kuning. Tetapi komposisi visual tertentu yang dibuat desainer—ilustrasi, tata letak, pilihan bentuk, susunan teks, dan elemen grafis final—dapat menjadi ekspresi yang dilindungi hak cipta jika memenuhi syarat sebagai ciptaan.

Dalam karya ilmiah, hak cipta juga relevan. Artikel, skripsi, tesis, buku, diagram, ilustrasi ilmiah, tabel yang disusun kreatif, foto penelitian, dan bentuk penulisan tertentu dapat dilindungi sebagai ciptaan. Undang-Undang Hak Cipta Indonesia mencantumkan berbagai jenis ciptaan yang dilindungi, termasuk buku, karya tulis, alat peraga untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan, karya seni rupa, peta, karya fotografi, dan karya lain dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra (Republik Indonesia, 2014, Pasal 40).

Namun, ada batas penting: hak cipta tidak melindungi ide, prosedur, sistem, metode, konsep, prinsip, temuan, atau data, meskipun sudah diungkapkan atau dijelaskan dalam suatu ciptaan (Republik Indonesia, 2014, Pasal 41).

Contoh dalam karya ilmiah:

Anda menulis artikel tentang hubungan pola tidur dan produktivitas mahasiswa. Hak cipta dapat melindungi kalimat, struktur penjelasan, grafik yang Anda susun, dan naskah artikel Anda. Tetapi fakta bahwa “pola tidur dapat berhubungan dengan produktivitas” bukan milik Anda secara eksklusif. Data faktual mentah juga tidak otomatis menjadi milik eksklusif melalui hak cipta, meskipun cara Anda memilih, menyusun, menjelaskan, atau memvisualisasikannya bisa memiliki perlindungan tertentu jika ada unsur kreativitas.

Untuk desainer grafis, hak cipta biasanya relevan pada:

- ilustrasi;
- poster;
- layout buku;
- desain karakter;
- ikon;
- infografik;
- animasi;
- fotografi;
- karya lettering;
- elemen visual orisinal;
- template yang memiliki susunan kreatif.

Untuk penulis dan peneliti, hak cipta biasanya relevan pada:

- naskah artikel;
- buku;
- skripsi, tesis, dan disertasi;
- laporan riset;
- gambar ilmiah;
- diagram;
- materi ajar;
- presentasi;

- foto dokumentasi;
- visualisasi data yang disusun secara kreatif.

Tetapi ingat: hak cipta kuat untuk bentuk ekspresi, lemah untuk ide umum. Karena itu, jika yang Anda khawatirkan adalah orang lain mengetahui ide riset sebelum publikasi, hak cipta saja tidak cukup. Anda perlu strategi lain: kerahasiaan, pembatasan akses, catatan kontribusi, kontrak kolaborasi, atau bahkan paten jika riset itu berupa invensi teknologi.

Merek: melindungi tanda pembeda dalam perdagangan

Sekarang bayangkan logo yang sama dipakai pada dua konteks berbeda.

Pertama, logo itu adalah gambar artistik. Dalam konteks ini, ia dapat dilihat sebagai ciptaan visual dan berhubungan dengan hak cipta.

Kedua, logo itu dipakai untuk membedakan produk kopi milik suatu usaha dari produk kopi usaha lain. Dalam konteks ini, logo itu menjadi merek.

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, suara, hologram, atau kombinasi unsur tersebut, yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan (Republik Indonesia, 2016a, Pasal 1 angka 1).

Kata kuncinya adalah membedakan barang atau jasa.

Merek bukan terutama tentang “apakah gambar ini indah”. Merek adalah tentang identitas pasar. Ia membantu konsumen mengenali asal produk atau jasa. Jika Anda melihat tanda tertentu pada sepatu, makanan, aplikasi, studio desain, atau jurnal, Anda dapat menghubungkannya dengan penyedia tertentu.

Dalam hukum Indonesia, hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar (Republik Indonesia, 2016a, Pasal 3). Ini berbeda dari hak cipta yang timbul otomatis setelah ciptaan diwujudkan. Untuk merek, pendaftaran menjadi sangat penting.

Contoh:

Seorang desainer membuat logo untuk usaha roti bernama “Roti Pagi”. Secara visual, file logo itu mungkin dilindungi hak cipta. Tetapi jika pemilik usaha ingin mencegah bisnis lain memakai nama atau logo serupa untuk produk roti, ia perlu memikirkan pendaftaran merek. Tanpa strategi merek, perlindungan hanya melalui hak cipta atas gambar bisa tidak cukup, terutama jika pesaing memakai tanda yang mirip untuk membingungkan konsumen tetapi tidak menyalin file secara persis.

Bagi desainer grafis, merek relevan karena banyak proyek desain sebenarnya adalah proyek identitas bisnis:

- logo;
- nama brand;
- tagline;
- label produk;
- identitas visual;
- kemasan;
- ikon aplikasi;
- nama studio;
- nama produk digital;
- nama kursus atau komunitas.

Namun, desainer harus berhati-hati. Membuat logo yang bagus tidak otomatis berarti logo itu aman sebagai merek. Ada beberapa risiko praktis:

- nama yang dipilih klien ternyata sudah dipakai pihak lain;
- logo terlalu mirip dengan merek terdaftar;
- nama terlalu umum atau deskriptif sehingga sulit menjadi pembeda;
- klien mengira “sudah dibuatkan logo” berarti “sudah aman secara merek”.

Contoh masalah:

Klien meminta logo untuk merek pakaian “Urban Star”. Desainer membuat visual yang rapi. Setelah produk diluncurkan, muncul teguran dari pemilik merek terdaftar yang memakai nama mirip untuk kategori pakaian. Dalam situasi ini, masalah utamanya bukan kualitas desain, tetapi risiko merek. Karena itu, dalam kontrak desain logo, penting untuk menjelaskan apakah desainer hanya bertanggung jawab membuat desain visual atau juga melakukan pencarian dan konsultasi merek. Jika tidak, ekspektasi bisa berbenturan.

Dalam karya ilmiah, merek mungkin terlihat kurang relevan, tetapi tetap bisa muncul. Nama laboratorium, nama jurnal, nama aplikasi riset, nama alat ukur, nama dataset komersial, nama metode pelatihan, atau nama platform edukasi dapat berfungsi sebagai merek jika dipakai dalam kegiatan barang atau jasa.

Misalnya, sebuah tim kampus membuat perangkat lunak analisis data dan menamainya "StatNusa". Jika perangkat lunak itu akan dipasarkan atau digunakan luas sebagai layanan, perlindungan merek dapat menjadi relevan.

Ringkasnya:

> Hak cipta melindungi bentuk karya. Merek melindungi tanda pembeda dalam perdagangan.

Satu logo bisa hidup di dua dunia itu sekaligus.

Desain industri: melindungi tampilan produk

Setelah hak cipta dan merek, kita masuk ke wilayah yang sering membingungkan bagi desainer: desain industri.

Dalam hukum Indonesia, desain industri adalah kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau gabungannya, yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi, yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan (Republik Indonesia, 2000a, Pasal 1 angka 1).

Mari kita sederhanakan tanpa mengubah maknanya.

Desain industri melindungi tampilan luar suatu produk yang memiliki kesan estetis dan dapat diterapkan pada produk. Yang dilihat bukan fungsi teknisnya, melainkan penampilan visualnya.

Contoh:

- bentuk botol minuman;
- pola permukaan kemasan;
- bentuk kursi;
- desain casing perangkat elektronik;
- bentuk lampu;
- motif pada produk kerajinan;
- tampilan luar kemasan kosmetik;

- konfigurasi visual suatu barang.

Syarat penting desain industri adalah kebaruan. Undang-Undang Desain Industri Indonesia menyatakan hak desain industri diberikan untuk desain industri yang baru (Republik Indonesia, 2000a, Pasal 2). Artinya, jika desain sudah dipublikasikan secara luas sebelum diajukan, perlindungan dapat menjadi bermasalah. Untuk detail teknis seperti tenggat, prosedur, dan penilaian kebaruan, kreator perlu memeriksa aturan terbaru atau berkonsultasi dengan profesional.

Lalu apa bedanya desain industri dengan hak cipta?

Bayangkan Anda membuat ilustrasi bunga.

Jika ilustrasi itu berdiri sebagai karya seni digital, poster, atau gambar, wilayah utamanya adalah hak cipta.

Tetapi jika pola bunga itu diterapkan sebagai motif unik pada botol parfum, kemasan, atau produk kerajinan yang diproduksi massal, desain industri bisa menjadi relevan untuk melindungi tampilan produk tersebut.

Untuk desainer grafis, desain industri dapat relevan pada:

- desain kemasan;
- label yang menjadi bagian tampilan produk;
- pola permukaan produk;
- bentuk produk merchandise;
- desain casing;
- motif tekstil;
- tampilan produk kerajinan;
- bentuk fisik produk yang dirancang bersama klien.

Namun, tidak semua desain grafis otomatis menjadi desain industri. Poster kampanye, feed media sosial, ilustrasi editorial, atau layout presentasi biasanya lebih dekat ke hak cipta. Desain industri menjadi lebih penting ketika desain itu melekat pada produk fisik atau komoditas yang diproduksi dan dipasarkan.

Dalam konteks ilmiah, desain industri bisa relevan jika peneliti atau institusi mengembangkan bentuk fisik alat, perangkat, wadah, atau instrumen yang memiliki tampilan luar khas. Tetapi jika yang dilindungi adalah cara kerja teknologinya, wilayahnya bisa bergeser ke paten. Jika yang dilindungi adalah bentuk laporan atau gambar ilmiah, wilayahnya bisa kembali ke hak cipta.

Jadi, pertanyaan praktisnya:

> Apakah saya ingin melindungi karya visual sebagai karya seni, atau sebagai tampilan produk?

Jika sebagai karya seni, pikirkan hak cipta. Jika sebagai tampilan produk yang diproduksi, pikirkan desain industri. Jika sebagai identitas dagang, pikirkan merek.

Paten: melindungi invensi teknologi, bukan sekadar gagasan ilmiah

Banyak peneliti pemula bertanya, “Apakah ide riset saya bisa dipatenkan?”

Jawaban yang hati-hati adalah: mungkin, tetapi tidak semua ide riset adalah paten.

Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas invensinya di bidang teknologi, untuk jangka waktu tertentu, agar inventor melaksanakan sendiri invensinya atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya (Republik Indonesia, 2016b, Pasal 1 angka 1).

Ada beberapa istilah baru di sini.

Inventor adalah orang yang menghasilkan invensi. Invensi adalah gagasan inventor yang dituangkan ke dalam kegiatan pemecahan masalah spesifik di bidang teknologi. Teknologi berarti ada unsur teknis: alat, proses, bahan, sistem teknis, atau cara teknis untuk menyelesaikan masalah.

Paten bukan perlindungan untuk semua ide bagus. Paten berhubungan dengan solusi teknis.

Contoh yang mungkin mendekati wilayah paten:

- alat baru untuk mendeteksi kadar zat tertentu;
- proses kimia baru untuk menghasilkan material;
- metode teknis pengolahan limbah;
- komposisi farmasi;
- sistem mekanik dengan cara kerja baru;
- metode teknis pengolahan sinyal;
- perangkat laboratorium dengan mekanisme baru.

Contoh yang biasanya bukan paten sebagai dirinya sendiri:

- judul artikel;
- topik penelitian;
- teori ilmiah murni;
- rumus matematika sebagai rumus;
- gaya penulisan;
- desain poster;
- nama metode pelatihan tanpa solusi teknis;
- ide bisnis umum;
- konsep visual logo.

Undang-Undang Paten Indonesia mengatur bahwa paten diberikan untuk invensi yang baru, mengandung langkah inventif, dan dapat diterapkan dalam industri (Republik Indonesia, 2016b, Pasal 3). Tiga syarat ini sangat penting.

Baru berarti belum menjadi bagian dari pengetahuan yang sudah tersedia untuk publik. Jika Anda sudah mempublikasikan detail invensi dalam artikel, seminar, poster, repositori, atau media sosial sebelum strategi paten dipikirkan, kebaruan dapat terancam.

Mengandung langkah inventif berarti invensi itu tidak jelas begitu saja bagi orang yang memiliki keahlian di bidang terkait. Dengan kata lain, bukan hanya perubahan kecil yang sangat mudah ditebak.

Dapat diterapkan dalam industri berarti invensi itu dapat dibuat atau digunakan dalam kegiatan praktis, bukan sekadar spekulasi.

Contoh:

Seorang peneliti menemukan komposisi material biodegradable dengan sifat mekanik tertentu dan proses pembuatannya. Jika komposisi dan proses itu benar-benar baru, tidak jelas bagi ahli, dan dapat diproduksi, paten mungkin relevan. Tetapi jika ia sudah mempresentasikan seluruh formula dan prosesnya secara terbuka sebelum mengajukan paten, peluang perlindungan bisa melemah.

Untuk peneliti, pesan praktisnya sangat penting:

> Jika hasil riset Anda berpotensi menjadi invensi teknologi, jangan buru-buru membuka detail teknis ke publik sebelum menilai kemungkinan paten.

Ini bukan berarti semua riset harus dirahasiakan. Ilmu pengetahuan memang berkembang melalui publikasi. Tetapi urutan langkahnya perlu dipikirkan. Kadang strategi yang tepat adalah mengajukan paten terlebih dahulu, lalu mempublikasikan artikel. Kadang strategi yang tepat adalah langsung publikasi karena tujuan utamanya akademik terbuka. Keputusan ini bergantung pada tujuan, kebijakan kampus atau lembaga, pendanaan, dan potensi penerapan teknologi.

Untuk desainer grafis, paten biasanya bukan alat utama. Karya visual lebih sering berhubungan dengan hak cipta, merek, atau desain industri. Namun, paten bisa muncul jika desain terkait dengan solusi teknis. Misalnya, bukan sekadar tampilan antarmuka aplikasi, tetapi mekanisme teknis baru dalam cara sistem memproses input, mengamankan data, atau menghasilkan output. Bahkan dalam situasi seperti itu, penilaian paten membutuhkan analisis profesional.

Singkatnya:

> Paten bukan untuk “saya punya ide”. Paten untuk invensi teknologi yang memenuhi syarat hukum tertentu.

Rahasia dagang: melindungi informasi bernilai dengan cara merahasiakannya

Tidak semua perlindungan dilakukan dengan mendaftarkan sesuatu. Ada perlindungan yang justru bekerja karena informasi tidak dibuka. Inilah wilayah rahasia dagang.

Dalam hukum Indonesia, rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang (Republik Indonesia, 2000b, Pasal 1 angka 1). Undang-Undang Rahasia Dagang juga menyatakan bahwa informasi dianggap rahasia jika hanya diketahui pihak tertentu atau tidak diketahui umum, bernilai ekonomi jika dapat digunakan untuk kegiatan komersial atau meningkatkan keuntungan, dan dijaga kerahasiaannya jika pemiliknya telah melakukan langkah-langkah yang layak dan patut (Republik Indonesia, 2000b, Pasal 3).

Ada tiga unsur praktis:

1. Informasi itu tidak umum diketahui.
2. Informasi itu bernilai karena tidak umum diketahui.
3. Pemiliknya benar-benar berusaha menjaganya tetap rahasia.

Contoh dalam bisnis kreatif:

- daftar klien dan kontak penting;
- strategi harga;
- template proposal internal;
- sistem kerja produksi desain;
- preset, workflow, atau formula produksi yang memberi keunggulan;
- strategi kampanye yang belum diluncurkan;
- file brief produk baru klien;
- konsep visual yang belum dirilis.

Contoh dalam riset:

- data awal yang belum dipublikasikan;
- protokol eksperimen tertentu;
- formula material sebelum paten atau publikasi;
- catatan laboratorium;
- dataset sensitif;
- kode analisis internal;
- rencana pengembangan teknologi;
- hasil uji yang belum diumumkan.

Namun, ada satu hal yang harus jelas: informasi yang sudah dipublikasikan secara terbuka biasanya tidak lagi bisa diperlakukan sebagai rahasia dagang. Jika Anda mengunggah detail proses, file, formula, atau dataset ke internet tanpa pembatasan, sulit untuk kemudian berkata bahwa informasi itu masih rahasia.

Rahasia dagang juga menuntut perilaku konsisten. Anda tidak bisa hanya berkata “ini rahasia” tetapi membagikannya bebas di grup besar tanpa aturan. Perlindungan rahasia dagang lebih kuat jika Anda melakukan langkah nyata, misalnya:

- memberi label “rahasia” atau “confidential” pada dokumen tertentu;
- membatasi akses folder;
- memakai perjanjian kerahasiaan;
- hanya membagikan informasi kepada pihak yang perlu tahu;
- mencatat siapa menerima file;
- memakai password dan autentikasi dua faktor;

- mencabut akses setelah kerja sama selesai;
- tidak mengunggah file mentah ke ruang publik.

Contoh:

Seorang desainer sedang mengerjakan identitas visual untuk produk minuman yang belum diluncurkan. Brief klien berisi nama produk, strategi harga, target pasar, dan mockup kemasan. Meskipun desain final nanti mungkin dipublikasikan, brief sebelum peluncuran dapat berisi informasi bisnis rahasia. Jika desainer membocorkannya di media sosial, masalahnya bukan hanya etika portofolio, tetapi juga potensi pelanggaran kerahasiaan.

Contoh riset:

Sebuah tim sedang menguji formula pupuk organik baru. Sebelum memutuskan publikasi atau paten, data uji dan formula dijaga dalam folder terbatas. Tim meminta anggota menandatangani perjanjian kerahasiaan. Ini adalah contoh strategi rahasia dagang atau setidaknya strategi kerahasiaan pra-publikasi.

Rahasia dagang cocok ketika nilai informasi terletak pada ketidaktahuannya oleh publik. Tetapi rahasia dagang tidak cocok jika tujuan utama Anda adalah pengakuan publik melalui publikasi ilmiah. Begitu dipublikasikan, perlindungan rahasia berubah bentuk: Anda mungkin mendapatkan reputasi, sitasi, atau hak cipta atas naskah, tetapi bukan lagi rahasia atas isi yang sudah dibuka.

Lisensi: memberi izin tanpa harus menyerahkan kepemilikan

Sekarang kita masuk ke alat yang sangat praktis: lisensi.

Lisensi adalah izin. Dalam konteks kekayaan intelektual, lisensi berarti pemilik hak memberi izin kepada pihak lain untuk menggunakan hak tertentu dengan syarat tertentu. Lisensi tidak selalu berarti menjual atau menyerahkan kepemilikan.

Perbedaan ini sangat penting.

Jika Anda memiliki rumah, Anda bisa menjual rumah itu. Setelah dijual, rumah bukan milik Anda lagi. Tetapi Anda juga bisa menyewakan rumah itu. Orang lain boleh memakainya, tetapi kepemilikan tetap pada Anda.

Lisensi dalam kekayaan intelektual mirip dengan konsep sewa atau izin pakai, meskipun detail hukumnya berbeda. Anda tetap dapat menjadi pemilik karya, tetapi pihak lain diberi izin untuk memakainya dalam batas yang disepakati.

Contoh desain grafis:

Anda membuat ilustrasi karakter. Sebuah brand ingin memakainya untuk kampanye tiga bulan di Instagram. Anda dapat memberi lisensi:

- hanya untuk media sosial;
- hanya selama tiga bulan;
- hanya untuk wilayah Indonesia;
- tidak boleh dicetak di merchandise;
- tidak boleh dimodifikasi;
- harus mencantumkan kredit;
- biaya tambahan jika dipakai untuk iklan berbayar.

Dalam contoh itu, Anda tidak harus menjual seluruh hak cipta. Anda hanya memberi izin terbatas.

Contoh karya ilmiah:

Anda menulis artikel dan menerbitkannya di jurnal open access dengan lisensi Creative Commons Attribution atau CC BY. Lisensi CC BY memungkinkan orang lain menyalin, membagikan, dan mengadaptasi karya, termasuk untuk tujuan komersial, selama memberikan atribusi yang sesuai kepada pencipta (Creative Commons, n.d.). Ini bukan berarti karya “tidak punya hak cipta”. Justru lisensi terbuka bekerja karena hak cipta ada, lalu pemilik hak memberi izin luas dengan syarat tertentu.

Di sinilah banyak pemula keliru. Mereka mengira:

- “kalau sudah di internet berarti bebas dipakai”;
- “kalau open access berarti tidak ada hak cipta”;
- “kalau klien sudah bayar berarti semua hak otomatis pindah”;
- “kalau saya kirim file berarti orang boleh memakai sesukanya”.

Semua anggapan itu berbahaya.

Lisensi perlu menjawab pertanyaan-pertanyaan konkret:

- Siapa yang memberi izin?

- Siapa yang menerima izin?
- Karya apa yang dilisensikan?
- Untuk penggunaan apa?
- Berapa lama?
- Di wilayah mana?
- Boleh dipakai secara komersial atau tidak?
- Boleh dimodifikasi atau tidak?
- Boleh dialihkan ke pihak lain atau tidak?
- Apakah lisensi eksklusif atau non-eksklusif?
- Apakah perlu kredit?
- Berapa biayanya?
- Apa yang terjadi jika syarat dilanggar?

Dua istilah penting perlu dijelaskan.

Lisensi eksklusif berarti hanya penerima lisensi tertentu yang boleh menggunakan hak dalam lingkup yang disepakati. Bahkan pemilik hak sendiri bisa dibatasi, tergantung isi perjanjian.

Lisensi non-eksklusif berarti pemilik hak masih dapat memberi izin kepada pihak lain.

Contoh:

Anda membuat ikon untuk aplikasi edukasi.

Jika klien membeli lisensi non-eksklusif, Anda mungkin masih boleh menjual ikon yang sama kepada pihak lain, selama perjanjian membolehkan.

Jika klien membeli lisensi eksklusif untuk ikon tersebut dalam kategori aplikasi pendidikan, Anda tidak boleh memberikan ikon yang sama kepada pesaing di kategori yang sama.

Lisensi juga bisa bersifat terbatas pada media. Misalnya, klien boleh memakai ilustrasi untuk poster digital, tetapi tidak untuk kaos, kemasan, billboard, atau iklan televisi. Jika ingin memperluas penggunaan, perlu lisensi tambahan.

Bagi penulis ilmiah, lisensi penting saat berurusan dengan:

- penerbit jurnal;
- repositori kampus;

- buku ajar;
- materi kuliah;
- dataset;
- gambar ilmiah;
- penggunaan ulang tabel atau diagram;
- open access;
- Creative Commons;
- kerja sama riset dengan industri.

Prinsip praktisnya:

> Jangan hanya bertanya “boleh dipakai atau tidak?” Tanyakan “boleh dipakai untuk apa, oleh siapa, sampai kapan, di mana, dan dengan syarat apa?”

Kontrak: alat untuk membuat hubungan menjadi jelas

Jika lisensi adalah izin, kontrak adalah kesepakatan yang mengatur hubungan para pihak. Kontrak bisa berisi lisensi, pengalihan hak, kewajiban pembayaran, ruang lingkup kerja, revisi, kerahasiaan, jadwal, kredit, penyelesaian sengketa, dan banyak hal lain.

Dalam hukum perdata Indonesia, syarat sah perjanjian mencakup kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perikatan, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1320). Untuk pemula, ini bisa diterjemahkan secara sederhana:

- para pihak benar-benar setuju;
- para pihak cakap secara hukum;
- objek yang disepakati jelas;
- tujuan perjanjian tidak melanggar hukum.

Kontrak tidak harus selalu panjang dan menakutkan. Untuk banyak pekerjaan kecil, kontrak sederhana satu sampai tiga halaman sudah jauh lebih baik daripada tidak ada sama sekali. Yang penting, kontrak menjawab titik rawan.

Dalam proyek desain grafis, kontrak sebaiknya menjelaskan:

- apa yang dibuat;
- berapa jumlah konsep awal;
- berapa kali revisi;

- kapan pembayaran dilakukan;
- file apa yang diserahkan;
- apakah file master diserahkan atau tidak;
- siapa pemilik hak cipta;
- apakah klien mendapat lisensi atau pengalihan hak;
- apakah desainer boleh menampilkan karya di portofolio;
- apakah klien boleh memodifikasi karya;
- apakah ada kewajiban menjaga rahasia;
- apa yang terjadi jika proyek dibatalkan.

Contoh:

Klien berkata, "Saya sudah bayar logo, berarti saya berhak meminta semua file mentah, font, sketsa, dan template." Jika sejak awal kontrak menyebutkan bahwa yang diserahkan adalah file final PNG, PDF, dan SVG, sementara file master tetap milik desainer kecuali dibeli terpisah, konflik dapat dikurangi. Sebaliknya, jika kontrak diam, masing-masing pihak mungkin membawa asumsi sendiri.

Dalam kerja ilmiah, kontrak atau perjanjian kerja sama dapat menjelaskan:

- siapa penulis utama;
- siapa kontributor;
- siapa pemilik data;
- siapa boleh mengakses dataset;
- kapan data boleh dipublikasikan;
- apakah ada embargo;
- bagaimana urutan nama penulis;
- siapa boleh memakai hasil riset untuk tesis, artikel, atau laporan;
- bagaimana pembagian royalti jika ada komersialisasi;
- apakah hasil riset boleh dipatenkan;
- siapa yang bertanggung jawab atas korespondensi jurnal.

Contoh:

Tiga peneliti mengumpulkan data bersama. Satu orang kemudian memakai seluruh dataset untuk artikel sendiri tanpa berdiskusi. Jika sejak awal ada perjanjian tertulis tentang penggunaan data dan publikasi bersama, masalah seperti ini lebih mudah dinilai. Tanpa perjanjian, persoalan bisa berubah menjadi konflik etika, akademik, dan personal.

Kontrak juga dapat mengisi ruang yang tidak dijawab dengan jelas oleh hukum umum. Hukum memberi kerangka, tetapi kontrak membuat detail hubungan menjadi spesifik.

Namun, kontrak bukan sihir. Kontrak tidak otomatis adil hanya karena tertulis. Kontrak juga tidak boleh dipakai untuk tujuan yang melanggar hukum. Karena itu, bacalah sebelum menandatangani, tanyakan bagian yang tidak dipahami, dan untuk nilai proyek besar atau risiko tinggi, pertimbangkan bantuan profesional hukum.

Satu karya, banyak lapisan perlindungan

Sekarang kita gabungkan peta ini.

Ambil contoh pertama: sebuah logo untuk brand kopi.

Di dalam logo itu mungkin ada beberapa lapisan:

- hak cipta atas bentuk visual logo jika orisinal;
- merek jika logo atau nama dipakai sebagai tanda pembeda produk kopi;
- kontrak antara desainer dan klien tentang kepemilikan, pembayaran, revisi, dan file master;
- lisensi jika desainer hanya memberi izin pakai, bukan menjual seluruh hak;
- rahasia dagang atas strategi peluncuran brand sebelum diumumkan;
- mungkin desain industri jika logo atau pola visual diterapkan sebagai bagian khas dari kemasan produk.

Ambil contoh kedua: sebuah artikel ilmiah tentang alat deteksi kualitas air.

Di dalamnya mungkin ada:

- hak cipta atas naskah, gambar, diagram, dan struktur penulisan;
- paten jika alat deteksi mengandung invensi teknologi yang baru, inventif, dan dapat diterapkan;
- rahasia dagang atas data awal atau formula sebelum publikasi;
- kontrak riset antara kampus, sponsor, dan peneliti;
- lisensi publikasi jurnal, misalnya lisensi open access;

- mungkin merek jika alat itu diberi nama dan dipasarkan;
- mungkin desain industri jika bentuk fisik alat memiliki tampilan baru dan estetis.

Dari sini terlihat bahwa perlindungan karya bukan pertanyaan tunggal. Bukan “apakah karya saya sudah dilindungi?” melainkan:

> “Bagian mana dari karya saya, dalam konteks apa, dilindungi dengan alat apa, dan bukti apa yang saya punya?”

Pertanyaan ini akan berulang di seluruh buku.

Cara memilih alat perlindungan yang tepat

Agar lebih mudah, gunakan pertanyaan pemandu berikut saat melihat karya Anda.

Jika yang ingin dilindungi adalah bentuk tulisan, gambar, musik, foto, diagram, atau karya visual, pikirkan hak cipta.

Contoh: ilustrasi poster, naskah artikel, layout buku, foto riset.

Jika yang ingin dilindungi adalah nama, logo, simbol, atau identitas yang membedakan barang atau jasa di pasar, pikirkan merek.

Contoh: nama studio desain, logo produk, nama aplikasi riset.

Jika yang ingin dilindungi adalah tampilan luar produk yang memiliki kesan estetis dan diterapkan pada barang, pikirkan desain industri.

Contoh: bentuk botol, pola kemasan, casing alat.

Jika yang ingin dilindungi adalah solusi teknis baru di bidang teknologi, pikirkan paten.

Contoh: alat deteksi baru, proses produksi material, komposisi teknis.

Jika yang ingin dilindungi adalah informasi bernilai yang belum diketahui umum, pikirkan rahasia dagang dan kerahasiaan.

Contoh: formula, dataset internal, strategi klien, catatan eksperimen sebelum publikasi.

Jika Anda ingin memberi izin pakai tanpa kehilangan kend

Document information

Bab 2: Peta Dasar Hak Kekayaan Intelektual untuk Pemula

Project	Benteng Karya Kreatif
Document	Document 1.6
Author	hendri
Verifier	Not verified
Downloaded	July 07, 2026 08:30 KST
Status	Working
Document link	https://theorytrace.com/projects/benteng-karya-kreatif/documents/bab-2-peta-dasar-hak-kekayaan-intelektual-untuk-pemula/