

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI FREELANCE DESIGNER
SEBAGAI PESERTA DALAM LOMBA DESAIN LOGO**

Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum



Oleh

Muhamad Lutfi Asafak

NPM: 20.0201.0011

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2024**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pekerjaan designer menjadi salah satu pekerjaan yang banyak diminati oleh generasi muda saat ini, suatu karya berupa logo dan ilustrasi, berupa seni dalam menyampaikan pesan melalui media gambar (visual) untuk kebutuhan bisnis dan industri. Logo merupakan bagian paling penting untuk menunjukkan suatu identitas dari perusahaan, tak heran jika kebutuhan desain setiap hari terus meningkat. Hal tersebut memberikan kesempatan bagi pekerja *freelance* di bidang desainer grafis logo (Widyana dkk 2022).

Logo merupakan serapan dari bahasa Yunani kuno, yaitu *Logos* yang memiliki arti budi, pikiran, akal, dan kata. Selain itu, kata logo diambil dari kata *logotype* yang pada mulanya digunakan pada tahun 1980 sampai dengan tahun 1984, yang memiliki arti tulisan nama entitas yang secara khusus dibentuk dengan menggunakan teknik lettering atau jenis huruf tertentu yang unik.(Widyastuti 2013). Pada awalnya *logotype* dibuat untuk memanfaatkan beberapa elemen tulisan saja, tetapi semakin berkembangnya teknologi logo dibuat lebih kreatif lagi karena menggabungkan beberapa elemen lainnya, seperti gambar, sketsa, dan yang lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa logo itu merupakan tulisan, gambar, atau sketsa yang memiliki makna dan bisa mewakili identitas atau suatu bentuk entitas, seperti perusahaan, daerah, lembaga, organisasi, negara atau produk (Fauras.2021) .

Suatu logo didalamnya biasanya terkandung filosofi tertentu guna menciptakan sifat mandiri dan memiliki ciri khas tertentu agar bisa membedakan logo yang satu dengan yang lainnya, baik itu dari segi tampilan, bentuk, hingga warnanya (Moh. Mahfud M. D. 2001). Pengaturan mengenai Logo di Indonesia terdapat dalam Undang Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) khususnya Pasal 40 bahwa suatu Hak Cipta berupa ciptaan yang berbentuk hasil karya seni gambar. Seni gambar tersebut antara lain berupa motif, diagram, sketsa, logo, atau unsur-unsur warna dalam bentuk huruf yang indah. Logo termasuk karya seni yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan pikiran imajinasi, kecekatan keterampilan atau keahlian yang dapat dieskpresikan dalam bentuk nyata (Hascaryaningrum et al. 2022).

Setiap pencipta memiliki hak atas peciptanya yang dikenal dengan Hak Cipta, munculnya perlindungan suatu ciptaan dimulai sejak ciptaan itu nyata hal ini menjadi dasar bahwa ciptaan baik tercatat maupun tidak tercatat tetap dilindungi hak ciptanya. Karya cipta merupakan hak eksklusif yang terdiri dari hak moral dan hak ekonomi, tak terkecuali hal itu juga berlaku bagi pencipta logo berhak menikmati hak eksklusif atas ciptaanya setelah logo itu terwujud (Lestari 2019) .

Logo selain diatur dalam UUHC juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UUMIG). Logo termasuk ke dalam salah satu dari unsur merek, disebutkan dalam pengertian merek pada UUMIG dalam Pasal 1 angka 1 dijelaskan “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/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/jasa (Fauziyyah, dkk 2024).

Pasal 65 UUHC Tahun 2014 menerangkan 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. Sehingga logo jika ingin didaftarkan pencatatanya harus didaftarkan sebagai merek. Hal ini karena pencatatan Ciptaan yang berupa logo tidak dapat dilakukan pendaftaran melalui Hak Cipta. Oleh karena itu sebagai langkahantisipasi terhadap pelanggaran hak pencipta logo, maka logo dapat didaftarkan sebagai merek (Rafianti 2024) .

Pada umumnya sutau logo dibuat atau diciptakan oleh desainer, lebih tepatnya desainer grafis (*Graphic designer*) kata desain grafis dalam kamus Oxford Bahasa Inggris, memiliki banyak arti, mulai dari membentuk, merencanakan dan bertujuan untuk digunakan sesuatu (lutfhfiyah 2020). Desainer grafis merupakan suatu pekerjaan yang menciptakan gambar ilustrasi, tipografi, fotografi, dan juga logo desain. Seorang *graphic designer* bertanggung jawab atas tampilan pada media promosi suatu produk, tugasnya membuat grafik visual menggunakan perangkat lunak komputer atau dengan tangan, untuk mengkomunikasikan pesan tertentu secara efektif kepada

audiens yang dituju, dan menyampaikan informasi secara menarik sesuai dengan keinginan klien (Monica and Luzar 2013) .

Di dalam membuat desain logo, seorang desainer grafis menggunakan *software* sebagai perantara dalam membuat desain salah satunya menggunakan aplikasi komputer seperti Adobe Illustrator, Corel Draw, Adobe Photoshop, dan After Effect namun tidak hanya itu dengan semakin berkembangnya zaman semakin banyak juga sebuah aplikasi yang digunakan, seorang desainer grafis selain harus lebih peka terhadap kreatifitasnya mereka juga harus update tentang dunia desain grafis (Widyana dkk 2022).

Desainer grafis dapat bekerja sebagai *freelancer* atau karyawan di agensi periklanan, studio desain, perusahaan penerbitan dan sejenisnya. Potensi pertumbuhan karier seorang *graphic designer* kedepannya, antara lain yaitu: *graphic designer*, *art director*, *creativedirector*, *webdesigner*, *packaging designer*, *branding specialist*, UI atau *user interface designer*, UX atau *user exsperient* (Martadireja 2018).

Saat ini desain grafis merupakan salah satu pekerjaan yang sedang naik daun dalam kurun beberapa tahun ini salah satunya menjadi *freelance designer logo*. *Freelance* adalah pekerjaan yang dilakukan berdasarkan kesepakatan antara seorang pekerja dan pemberi kerja, umumnya perjanjian itu terkait kualitas pekerjaan, tarif, dan waktu pengerjaannya. Orang yang bekerja sebagai *freelance* disebut *freelancer*. Jadi, dapat dikatakan *freelancer* yaitu seorang pekerja lepas yang bekerja untuk klien pada waktu tertentu. Seorang *freelance* melakukan sebuah pekerjaan untuk klien tanpa

berkomitmen untuk kerja penuh waktu dan bukan untuk satu perusahaan khusus. Sering kali mereka akan mengerjakan beberapa proyek dengan klien yang berbeda secara bersamaan (Mustofa 2013).

Salah satu kegiatan *frelancer* dalam dunia *online* yaitu mengikuti kontes atau lomba desain logo disalah satu website, mereka bisa mengerjakan puluhan hingga ratusan pekerjaan setiap hari dengan mengikuti sebuah perlombaan. Perlombaan ini selain dapat dijadikan ajang kompetensi untuk menilai kemampuan para desain grafis juga dapat mendatangkan keuntungan secara ekonomi bagi para pemenang, hal ini karena panitia menyediakan hadiah yang cukup tinggi bagi pemenang sebagai *reward* atau penghargaan (Atmaji 2019).

Di desa Kaliabu, Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang terdapat banyak *freelance design* yang mengikuti perlombaan desain, akan tetapi di dalam perlombaan tersebut desainer seringkali menemukan adanya pelanggaran yang dilakukan oleh panitia lomba. Pelanggaran tersebut salah satunya yaitu jika peserta lomba yang tidak terpilih sebagai pemenang dalam kontes tersebut, karya mereka digunakan panitia atau pemesan logo, dan dipakai sebagai merek untuk perusahaannya tanpa seizin dari pencipta atau disainer tersebut. Hal tersebut membuat desainer kerap merasa dirugikan atas hak moral dan hak ekonomi akibat pelanggaran yang dilakukan oleh panitia lomba.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji perlindungan hukum bagi freelance designer dengan judul:

“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI FREELANCE DESIGNER SEBAGAI PESERTA DALAM LOMBA DESAIN LOGO”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap *freelance designer* terhadap karya cipta logo dalam perlombaan desain logo?
2. Bagaimana upaya penyelesaian yang dapat dilakukan jika panitia penyelenggara menggunakan karya cipta logo milik peserta lomba desainer logo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum bagi *freelance designer* terhadap karya cipta logo dalam perlombaan desain logo.
- 2) Untuk mengetahui upaya penyelesaian dalam penggunaan karya cipta logo milik peserta lomba desainer logo tanpa izin.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan adanya manfaat. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian yang sejenis selanjutnya, sehingga dapat

dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian sejenis lebih lanjut.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan, menjadi sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang berfokus pada hak kekayaan intelektual terutama tentang hak cipta
- c. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua lapisan masyarakat umum (seperti peneliti, pencipta dan para pelaku usaha), khususnya dalam rangka menambah pengetahuan terhadap Perlindungan Hukum Hak Cipta atas karya Logo

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan acuan dan memberikan manfaat kepada semua lapisan masyarakat seperti pencipta dan pelaku usaha karya digital dan juga designer tentang perlindungan hukum terhadap karya cipta logo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas pada hasil penelitian terdahulu untuk bahan penelitian lanjutan yang belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu yang digunakan untuk rujukan peneliti yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Novi Mayasari, (Jurnal, DEKAVE Vol. 03 No. 06, Juli-Desember 2013) dengan penelitian yang berjudul *“Perlindungan Hukum Terhadap Desainer Grafis Sebagai Peserta dalam Lomba Desain Grafis Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta”*. Dalam perlombaan desain grafis, desainer merupakan pencipta berdasarkan Pasal 5 ayat (1) huruf b Undang-Undang Nomor 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta karena biasanya karya yang disertakan dalam lomba tidak didaftarkan sehingga tidak tercantum dalam daftar umum ciptaan, adanya klausula di dalam lomba desain karya peserta menjadi milik panitia dalam perjanjian desain grafis akan sangat rentan menimbulkan berbagai bentuk pelanggaran Hak Cipta, sehingga perlindungan satu satunya pembuktian ciptaan yaitu pencantuman nama dalam karya peserta. Hasil dari penelitian tersebut yaitu adanya klausula karya peserta menjadi milik panitia dalam perjanjian desain grafis akan sangat rentan menimbulkan berbagai bentuk pelanggaran Hak Cipta. Hal ini karena keberadaan klausula seringkali

ditafsirkan sebagai perpindahan hak milik sekaligus hak cipta atas karya. Sebagai seorang pencipta maka desainer grafis memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan terhadap hak ekonomi maupun hak moralnya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 2002 tentang hak cipta (Mayasari, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Farah Tiscya Choirunnisa 2021 Skripsi Ilmu Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta yang berjudul *“Perlindungan Hak Cipta Terhadap Desain Grafis dalam Media Sosial Pinterest”*. Rumusan masalah penelitian ini, yaitu bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik Hak Cipta atas desain grafis dalam media sosial pinterest ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 pada dasarnya telah memberikan perlindungan hukum secara langsung bagi pencipta desain grafis atas desain grafis yang telah diunggah atau diupload dalam media sosial pinterest. Jika terjadi pelanggaran Hak Cipta atas desain grafis dalam media sosial pinteres, pencipta dapat melakukan upaya hukum baik secara preventif maupun represif untuk melindungi ciptaanya (Choirunnisa, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Hari Sutra Disemadi dkk (Jurnal Ilmu Hukum, Volume 10, Nomor 1, Juni 2021) dengan penelitian yang berjudul *“Arti Penting Perlindungan Kekayaan Intelektual Pencipta Logo Coffe Shop Di Kota Batam, Indonesia”*. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau sering disingkat dengan UMKM ialah sebuah aktivitas usaha yang dilakukan

perorangan atau beberapa orang/badan usaha yang dapat bertindak dalam pemerataan, dapat memberikan pendapatan yang semakin meningkat dan memberikan lapangan kerja, serta berperan aktif dalam mewujudkan stabilitas nasional. Peluang bisnis kopi di Indonesia, dapat dilihat dari pertumbuhan bisnis coffe shop. Contohnya di Kota Batam, terdapat banyak sekali bisnis UMKM coffe shop yang sudah dibangun. Seiring dengan berkembangnya zaman, tidak jarang masyarakat menghabiskan waktu berkumpul disuatu coffe shop. Pada usaha bisnis coffe shop tentu mempunyai berbagai macam karakteristik tersendiri untuk mendapatkan identitasnya. Identitas tersebut diawali dari logo dari sebuah coffe shop. Kemudian dari logolah masyarakat mengenal satu per satu identitas dari coffe shop tersebut. Logo bisa menjadi senjata utama dalam pemasaran, karena logo merupakan identitas awal dari sebuah usaha/bisnis/perorangan. Tetapi identitas atau logo sebagai suatu merek yang sudah terkenal memiliki karakteristik yang kuat rentan untuk ditiru dilihat dari kualitas bisnis tersebut. Semakin tinggi dan kuat kualitas dari bisnis tersebut, semakin tinggi hal tersebut berkembang dan ditiru. Tidak banyak pelaku UMKM coffe shop yang mengetahui hal apa saja yang dapat dikategorikan sebagai hak merek dan bagaimana system perlindungannya. Masih banyaknya pencipta logo yang belum mengetahui mengenai perlindungan terhadap logonya, akibatnya atas ketidakpahaman tersebut, banyak oknum yang menggunakan logo terkenal yang telah ada tanpa persetujuan penciptanya. Fenomena ini tentu merugikan pencipta atau pemilik. Kerugian yang diderita pencipta logo akibat penjiplakan logo bisa

berupa materiil maupun non-materiil. Contohnya seperti penikmat kopi mendatangi coffe shop lainnya yang diduga sama sehingga angka penjualan menurun. Sementara kerugian non-materiil yaitu karya cipta yang diciptakan tidak dihargai dan diapresiasi karena diplagiat begitu saja. Ditunjukkan dalam hasil penelitian bahwasannya masih banyak pencipta logo yang belum mengetahui perlindungan atas karya intelektualnya dan belum mendaftarkannya. Pencipta logo sebagai merek berhak mendapatkan perlindungan hak intelektualnya. Negara harus memberikan perlindungan hukum bagi kekayaan intelektual sebagai bentuk apresiasi kepada para pencipta, dengan adanya perlindungan dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran kekayaan intelektual. Selain itu, dengan adanya perlindungan kekayaan intelektual di Indonesia dapat memberikan rasa aman dan kepastian hukum bagi para pencipta.(Rohman 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Natasha alwi Skripsi Ilmu Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta yang berjudul “ *Penerapan prinsip originilitas dalam melindungi karya cipta desain visual mnurut Undang-Undang Hak Cipta No 28 Tahun 2014 (Kasus Tokyo 2020 VS Theatre Deliege dan Kasus ITS VS Inkom The Snab)*” Rumusan masalah penelitian ini, bagaimana perlindungan ciptaan Desain Visual yang mempunyai kemiripan dengan ciptaan yang lain berdasarkan Prinsip Originalitas dalam UndangUndang Hak Cipta No.28 tahun 2014 dan bagaimana penerapan Prinsip Originalitas dalam kasus Tokyo 2020 VS Théâtre de Liège dan ITS VS Inkom TehSnab yang terjadi. Hasil penelitian tersebut disimpulkan : (1)

perlindungan ciptaan Desain Visual yang mempunyai kemiripan dengan ciptaan yang lain berdasarkan Prinsip Originalitas dalam Undang-Undang Hak Cipta No.28 tahun 2014 yaitu terdapat Prinsip Substansial Similarity, Verbatim Similarity dan Independent Creations dimana di dalam ketiga Prinsip ini menjelaskan sejauh apa ciptaan tersebut telah ditiru. (2) penerapan Prinsip Originalitas dalam kasus Tokyo 2020 VS Theatre Deliege merupakan Prinsip Substansial Similarity, dimana sebuah ciptaan diambil sebagian yang substansial. dan penerapan Prinsip Originalitas dalam kasus ITS VS Inkom TehSnab adalah Prinsip Verbatim Similarity, dimana sebuah ciptaan diambil dengan cara keseluruhan tanpa adanya penggantian dari ciptaan tersebut. Tindakan plagiat pada Desain Visual memang sulit untuk didefinisikan. Hal terbaik yang bisa dilakukan yaitu berhati-hati dalam berkarya. Banyaknya Desain Visual terkadang bisa mempengaruhi alam bawah sadar dan akhirnya tanpa sadar melakukan plagiat dalam berkarya karena mengira inspirasi itu datang dari imajinasi sendiri. Selain itu, terbuka dalam berkarya, terima kritik dan saran dari orang lain yang melihat/mengetahui karya pencipta, karena dari situlah seorang pencipta bisa mengetahui tindakannya sudah benar atau salah. (Natasha Alwi 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Petrus George Victory Sitompul dkk, (Jurnal Rectum Vol. 02 No. 02, Juli 2019) dengan penelitian yang berjudul *“perlindungan hukum terhadap peniruan merek mawar + logo”* (Studi Putusan Nomor 512 K/ Pdt.Sus-HKI/2016). Rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana ketentuan tentang perlindungan terhadap merek yang sah,

bagaimana penerapan sanksi terhadap pelaku yang melakukan tindak peniruan merek yang merugikan produsen dan bagaimana pertimbangan hukum hakim terhadap putusan 512K/Pdt.Sus-HKI/2016. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan Pemegang Merek dapat menggunakan Mereknya dengan catatan tanpa melanggar aturan yang ada dalam penggunaan merek sekaligus melarang pihak lain untuk menggunakan mereknya. Pemegang merek yang sah dapat mengajukan gugatan kepada Pengadilan Niaga apabila merek yang digunakannya ditiru oleh pihak lain dan sanksi yang dikenakan harus sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Pertimbangan Hakim sangat jelas menolak kasasi karena kesalahan dari pihak tergugat yang mempunyai itikad tidak baik yang menimbulkan kerugian kepada pihak Penggugat dan seharusnya dari awal Pihak Direktorat Merek Departemen Hukum dan HAM harusnya menolak lebih awal sehingga tidak menimbulkan kekacauan dikemudian hari.(David and Simamora 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, penulis menyatakan bahwa penelitian yang akan penulis lakukan memiliki perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada teori yang digunakan dalam perlindungan hukum terhadap karya cipta logo dalam perlombaan desain logo, namun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mengenai objek penelitian terkait lomba desain logo. Sejauh penelusuran yang telah dilakukan, belum ditemukan penelitian mengenai upaya penyelesaian yang dapat dilakukan jika menggunakan karya cipta logo milik

peserta lomba desain logo, dengan memiliki tujuan mencegah terjadinya perbuatan sewenang-wenang kepada pencipta yang merugikan pekerja *freelance* tersebut.

B. Kerangka Teori

1. Hak Cipta

a. Pengertian dan Pengaturan Hak Cipta

Istilah Hak Cipta sebenarnya berasal dari negara yang menganut *common law* yaitu *copyright*, di Perancis dikenal *droit d'auteur* sedangkan di Jerman dikenal *urheberrecht* (Thalib 2013). Di Inggris, istilah *copyright* dikembangkan untuk melindungi penerbit, bukan untuk melindungi si pencipta, dengan perkembangan hukum dan teknologi perlindungan juga diberikan kepada pencipta, dan cakupan Hak Cipta diperluas, tidak hanya buku, tetapi karya cipta lainnya salah satunya logo. Hak Cipta berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta yaitu 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. Pencipta yaitu seorang atau beberapa orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama menghasilkan suatu ciptaan yang bersifat khas dan pribadi. Adapun 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 (Mailangkay, 2017).

Tujuan diberlakukannya Undang-undang Hak Cipta untuk memberikan perlindungan atau payung hukum kepada pencipta atau pemegang hak atas ciptaan yang dihasilkan, dan mencegah terjadinya pelanggaran atas ciptaanya. Di dalam Undang-undang Hak Cipta menjelaskan adanya asas deklaratif yang artinya perlindungan hukum diberikan secara otomatis pada saat suatu ciptaan sudah menjadi wujud nyata tanpa harus mendaftarkan. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta untuk melakukan pengumuman atau memperbanyak ciptaanya.

Ada dua macam hak eksklusif seorang pencipta yaitu:

1) Hak Ekonomi

Hak ekonomi merupakan Hak eksklusif pencipta atau pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan. Hal tersebut tertuang dalam Pasal 8 UU Hak Cipta Tahun 2014, bahwa “Hak ekonomi merupakan Hak eksklusif pencipta atau pemegang Hak Cipta untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaanya. Manfaat ekonomi yang dimaksud dalam Pasal 8 UUHC Tahun 2014 tentang Hak Cipta ini si pencipta dapat meraih keuntungan dari suatu ciptaannya dengan cara diperjual belikan ataupun dari hak-hak ekonomi lainnya (Wijaya 2003) .

2) Hak Moral

Hak moral adalah hak yang melekat pada diri pencipta yang tidak dapat dihilangkan atau dihapus tanpa alasan apapun, walaupun

Hak Cipta atau Hak terkait telah dialihkan. Pasal 5 UU Hak Cipta Tahun 2014, Hak moral ini lebih terkait kepada pribadi pencipta, dalam artian pencipta dapat mengubah suatu ciptaannya sendiri, mengubah nama atau judul ciptaan, menggunakan nama asli atau nama samarannya, mencantumkan atau tidak namanya di dalam salinan karyanya, serta dapat mempertahankan haknya jika ada sesuatu hal yang bersifat merugikan kehormatan diri atau reputasinya (Disemadi et al. 2021).

Pengertian Hak Cipta menurut World Intellectual Property Organization adalah *“Copyright is a legal form describing right given to creator for their literary an artistic works”* yang artinya Hak Cipta yaitu terminologi hukum yang menggambarkan hak-hak yang diberikan kepada pencipta untuk karya-karyanya dalam bidang seni dan sastra (Natasha Alwi 2018).

2. Prinsip prinsip Hak Cipta

Prinsip yang harus diperhatikan dalam Hak Cipta sehingga dapat digunakan sebagai acuan terhadap bentuk perlindungan yang perlu untuk dilindungi yang berkaitan dengan karya cipta seorang pencipta, yaitu:

- a. Hak cipta melindungi perwujudan dari sebuah ide yang telah diwujudkan. prinsip ini, perwujudan dari suatu ide tersebut yang mendapat perlindungan dari hak cipta, karena perlindungan hak cipta merupakan konsep bahwa hak cipta hanya berkenaan

dengan bentuk perwujudan dari suatu ciptaan, misalnya buku, lukisan, gambar, ukiran, maupun seni rupa seperti logo (Regent 2021).

- b. Hak cipta yang timbul dengan sendirinya merupakan hasil asli dari seorang pencipta yang telah diwujudkan idenya dalam suatu bentuk yang berwujud. adanya wujud dari suatu ide tersebut maka lahirlah suatu ciptaan. Ciptaan tersebut harus diumumkan/dipublikasikan agar mendapat perlindungan dari negara. Jika suatu ciptaan tidak diumumkan maka hak ciptanya tetap ada sejauh pencipta bisa membuktikan kalau karyanya itu miliknya, namun hal ini sulit untuk membuktikan (Depkes 2000).

3. Ruang Lingkup Hak Cipta

Undang-undang Hak Cipta telah dinyatakan terkait dengan ruang lingkup hak cipta, bahwa ciptaan yang dilindungi yaitu ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra. Seperti yang dijelaskan dalam Pasal 40 ayat (1) Undang-undang Hak Cipta No. 28 Tahun 2014 yang meliputi atas bentuk ciptaan sebagai berikut:

- 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
- 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.

Jenis-jenis ciptaan yang dilindungi tersebut dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu ciptaan yang sifatnya asli (*original*) dan ciptaan yang bersifat turunan (*derivative*). Ciptaan yang bersifat *original* adalah ciptaan dalam bentuk atau wujud aslinya sebagaimana yang diciptakan oleh pencipta, belum dilakukan perubahan bentuk atau pengalihwujudan ke dalam bentuk berbeda.

Adapun jenis ciptaan asli terdiri dari:

- a. Buku, pamflet dan semua hasil karya tulis lainnya;
- b. Seni tari (koreografi)
- c. Segala bentuk seni rupa, seperti seni lukis, seni pahat, dan seni patung;
- d. Seni batik
- e. Ciptaan lagu atau musik tanpa teks; dan
- f. Karya arsitektur.

Jangka waktu perlindungan hak cipta berlaku seumur hidup pencipta dan terus berlangsung selama 70 tahun setelah pencipta meninggal. Namun, jika Hak Cipta atas Ciptaan-Ciptaan tersebut dimiliki atau dipegang oleh badan hukum, maka perlindungannya akan berlaku selama 50 tahun sejak dilakukan pengumuman (Darmalaksana 2017).

Ciptaan yang bersifat turunan derivatif yaitu karya baru yang terwujud didasarkan pada suatu karya yang telah ada sebelumnya. Ciptaan turunan terdiri dari:

- a. Karya pertunjukan seperti musik, karawitan, drama, tari, pewayangan, pantomim, dan karya siaran, antara lain untuk media radio, televisi, dan film, serta karya rekaman video;
- b. Cermah, kuliah, pidato, dan sebagainya;
- c. Peta;
- d. Karya sinematografi;
- e. Karya rekaman suara atau bunyi;
- f. Terjemahan, tafsir, saduran dan penyusunan bunga rampai;
- g. Karya fotografi; dan
- h. Program komputer.

Berdasarkan Pasal 42 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta tidak ada hak cipta atas hasil karya berupa :

- a. Hasil rapat terbuka lembaga negara;
- b. Peraturan perundang-undangan;
- c. Pidato kenegaraan atau pidato pejabat pemerintah;
- d. Putusan pengadilan atau penetapan hakim; dan
- e. Kitab suci atau simbol kenegaraan

4. Pelanggaran Hak Cipta

Perbuatan yang dikatakan sebagai suatu pelanggaran Hak Cipta apabila perbuatan tersebut melanggar Hak eksklusif dari pencipta atau pemegang Hak Cipta. Pelanggaran Hak Cipta merupakan tindakan pengambilan hak milik orang lain tanpa seizin pencipta atau pemilik Hak Cipta. Penggunaan materi asli buatan orang lain tanpa

kepemilikan atau lisensi dapat merupakan pelanggaran hukum hak cipta dan dapat mengakibatkan pengajuan tuntutan hukum.(CDA Practice Support 2023). Pelanggaran Hak Cipta pada dasarnya ada dua, yaitu pelanggaran terhadap hak moral dan pelanggaran terhadap hak ekonomi pencipta. Pelanggaran hak moral yaitu berisi unsur sengaja dan tanpa izin melakukan penyebaran, duplikasi atau merusak ciptaan yang dapat menghancurkan integritas penciptanya, pelanggaran hak moral diatur dalam Pasal 98 Undang-undang Hak Cipta Tahun 2014, dan dapat dilakukan dengan gugatan perdata dengan ganti rugi melalui pengadilan niaga. Pelanggaran atas hak ekonomi yaitu niat untuk mendistribusikan atau memperoleh keuntungan dari hasil ciptaan karya yang di lindungi Hak Cipta oleh penciptaya pelanggaran hak atas ekonomi secara perdata diatur dalam Pasal 96 Undang-Undang Hak Cipta. Pencipta, pemegang Hak Cipta dan/atau pemegang hak terkait atau ahli warisnya yang mengalami kerugian, hak ekonomi berhak memperoleh ganti rugi (Munawar 2016) .

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, kegiatan yang termasuk dalam pelanggaran Hak Cipta yaitu:

- a. Pengumuman, pendistribusian, komunikasi, dan/atau penggandaan lambang negara dan lagu kebangsaan menurut sifatnya yang asli.

- b. Pengumuman, pendistribusian, komunikasi, dan/atau penggandaan segala sesuatu yang dilaksanakan oleh atau atas nama pemerintah, kecuali dinyatakan dilindungi oleh peraturan perundang-undangan, pernyataan pada ciptaan tersebut, atau ketika terhadap ciptaan tersebut dilakukan pengumuman, pendistribusian, komunikasi, dan/atau penggandaan.
- c. Pembuatan dan penyebarluasan konten Hak Cipta melalui media teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat tidak komersial dan/atau menguntungkan pencipta atau pihak terkait, atau pencipta tersebut menyatakan tidak keberatan atas pembuatan dan penyebarluasan tersebut.
- d. Penggandaan, pengumuman, dan/atau pendistribusian potret presiden, wakil presiden, mantan presiden, mantan wakil presiden, pahlawan nasional, pimpinan lembaga negara, pimpinan kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, dan/atau kepala daerah dengan memperhatikan martabat dan kewajaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Munawar and Effendy 2016).

5. Perlindungan terhadap Hak Cipta

Di dalam Hak Cipta terdapat 3 standar yang harus dipenuhi agar Hak Cipta tersebut dapat dilindungi, yaitu

- a. Keaslian (Orisinalitas)

Kata asli atau uji keaslian bukan berarti karya tersebut harus betul baru atau unik. Bahkan suatu karya yang didasarkan pada sesuatu yang telah menjadi milik umum mungkin saja masih asli. Orisinalitas atau keaslian yaitu bahwa perwujudan gagasan atau ide itu benar-benar dari diri dan pikiran pencipta sendiri. Pemahaman keaslian yaitu bahwa hak cipta melindungi ide, informasi, atau pemikiran yang dituangkan dalam bentuk yang nyata dan konkret. Orisinalitas melarang tindakan peniruan terhadap ciptaan orang lain (Yanto 2016) .

b. Kreativitas

Undang-undang hak cipta mensyaratkan bahwa agar suatu ciptaan dilindungi hak cipta, ciptaan itu harus asli dan kreatif. Artinya, karya tersebut harus dikembangkan secara mandiri oleh pengarangnya, dan harus melibatkan kreativitas dalam penciptaannya, oleh karena itu kreativitas merupakan salah satu persyaratan dasar untuk perlindungan hak cipta. Meskipun suatu karya merupakan sebuah tiruan yang secara keseluruhan atau sebagian dari karya sebelumnya, bila dalam proses pembuatan karya tersebut terdapat penilaian kreatif mandiri dari penciptanya yang bisa disebut juga dengan kreativitas maka karya tersebut merupakan karya asli (Ngr Sri Rahayu Gorda).

c. Perwujudan

Perwujudan dalam bentuk nyata atau fiksasi ide ini menjadi salah satu syarat terpenting dalam hukum hak cipta yang membedakan antara ciptaan yang dapat dilindungi dan tidak dapat dilindungi. Suatu ciptaan diwujudkan dalam satu media ekspresi yang berwujud manakala perwujudan berupa hasil perbanyakan atau rekaman, dilakukan oleh atau di bawah kewenangan pencipta yang bersifat permanen atau stabil sehingga dapat dilihat, direproduksi atau dikomunikasikan dalam jangka waktu yang cukup lama (Suhayati 2014).

6. Logo

a. Pengertian Logo

Logo merupakan penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer dari pada *logotype*. Logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual, logo dapat diartikan sebagai gambar atau huruf yang mempunyai makna tertentu, dan mewakili arti dari sebuah lambang/symbol suatu perusahaan/instansi/badan lainnya. karna logo merupakan elemen utama dalam membentuk identitas sebuah perusahaan. Logo adalah bagian dari seni rupa yang berbentuk gambar. Seni rupa adalah cabang seni yang dapat dilihat dan dirasakan. Kesan ini diciptakan dengan mengolah

konsep, garis, bidang, bentuk, volume, warna, tekstur, dan pencahayaan sesuai dengan acuan estetik. Dalam seni rupa, terdapat unsur-unsur yang mendukung terwujudnya suatu karya seni rupa, yang dibedakan menjadi dua:

1. Unsur Fisik (Visual): Unsur yang dapat dipahami secara visual, seperti garis, bidang, bentuk, tekstur, nada (gelap terang), dan warna.
2. Unsur Psikis (Psikologi): Unsur yang tidak dapat dipahami secara visual, tetapi hanya dapat dirasakan, seperti emosi, pikiran, pandangan, gagasan, dan karakter.

Salah satu contoh unsur fisik (visual) yaitu logo. Logo merupakan unsur yang dapat dipahami secara visual melalui garis, bidang, bentuk, tekstur, dan warna. Logo yaitu karya seni rupa dua dimensi yang berfungsi sebagai identitas visual suatu entitas, mencakup bentuk, filosofi, dan warna. Logo dibuat dengan arti tertentu dan mewakili identitas perusahaan, organisasi, produk, lembaga, atau hal lainnya. Logo merupakan gambar atau sketsa yang memiliki arti tertentu dan mewakili suatu entitas.

Pandangan logo sebagai bagian seni rupa menurut para ahli

Paul Rand

Pandangan Paul Rand, seorang desainer grafis terkenal yang menciptakan logo ikonik seperti IBM dan ABC, berpendapat bahwa logo adalah bentuk seni rupa yang harus mencerminkan identitas dan nilai-nilai perusahaan. Dia menekankan bahwa desain logo harus sederhana, mudah diingat, dan penuh makna.

Saul Bass

logo adalah karya seni yang menyampaikan pesan visual dan menciptakan identitas yang kuat untuk perusahaan. Bass percaya bahwa logo harus memiliki kekuatan visual yang bisa dikenali dalam sekilas pandang.

Milton Glaser

logo adalah bagian integral dari seni rupa yang harus mengkomunikasikan pesan dan perasaan tertentu. Glaser percaya bahwa desain logo harus memiliki keindahan estetika dan kejelasan.

Menurut David E. Carter (dalam Kurniawan, 2008), “logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (trademark) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri

dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan”.

Para ahli ini menggarisbawahi bahwa logo tidak hanya sebagai simbol identitas, tetapi juga sebagai karya seni yang memiliki nilai estetika, kejelasan, dan kekuatan visual dalam menyampaikan pesan (Nelson 2016).

Pencipta logo disebut sebagai designer atau *graphic designer* yang merupakan seorang komunikator visual yang menciptakan konsep visual secara manual atau dengan menggunakan *software* komputer. Seorang *graphic designer* mengomunikasikan ide-idenya untuk menginspirasi dan menginformasikan sebuah pesan lewat seni visual yang termasuk gambar, tulisan, dan juga grafik (Amalia Yunia Rahmawati 2020).

b. Fungsi dan Tujuan Logo

Logo pada dasarnya memiliki beberapa fungsi dan kegunaan, yaitu:

- 1) merupakan sebuah identitas yang memiliki fungsi agar khalayak dapat membedakan antara identitas satu dengan identitas lain;
- 2) merupakan bagian dari tanda kepemilikan sehingga orang dapat mengidentifikasi kepemilikan yang mengandung logo tersebut milik siapa;

- 3) mewakili sebagai tanda dalam membedakan penjaminan kualitas;
- 4) dapat menjadi pencegahan dari sebuah pembajakan maupun peniruan dari pihak lain;
- 5) dapat memberikan nilai lebih yang positif;
- 6) merupakan sebuah properti hak cipta yang memiliki legalitas pada sebuah organisasi maupun produk;
- 7) sebagai wadah komunikasi dalam menyampaikan informasi keaslian produk yang memiliki nilai dan terdapat kepercayaan kualitas.

Logo dapat memberikan sebuah nilai karena dapat menjadi identitas pengingat sekaligus pembeda dari kepemilikan orang lain sekaligus dapat melindungi citra dan menjadi simbol dari tanda kualitas (Januariyansah 2018).

c. Jenis logo

Secara garis besarnya, jenis logo dapat dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu

- 1) *Logotype* atau biasa juga diistilahkan sebagai *Word Marks* atau *Brand Name*, merupakan logo yang hanya tersusun dari bentuk huruf atau kata terucapkan, tanpa simbol, sebagai contoh untuk jenis *brandname* yaitu logo Sony yang hanya tersusun dari kata 'sony', sedangkan logo Shell yang tersusun dari gambar kerang merupakan

jenis logo brand mark. Adapun paduan/kombinasi keduanya adalah seperti logo rokok Djarum, yang terdiri dari tulisan Djarum dan gambar jarum.

SONY



Sumber : <https://seeklogo.com/vector-logo/129420/sony>

- 2) *Iconic/symbolic*, biasa juga diistilahkan sebagai *Device Marks* atau *Brand Mark*, merupakan logo yang tampil hanya berupa ikon atau simbol, atau tersusun dari bentuk tak terucapkan. Logo Simbol, yaitu logo berupa ‘tanda’ yang sudah dikenal dan dipahami oleh banyak orang/komunitas dimana tanda tersebut dapat menyampaikan ‘pesan’ yang jelas tanpa membedakan bahasa dan bangsa. Biasanya menggunakan bentuk visual yang sederhana dari suatu obyek untuk mewakili masalah yang berkaitan dengannya.



Sumber : <https://seeklogo.com/vector-logo/129420/sony>

3) *Combination mark*. Bisa pula logo terdiri atas keduanya, yaitu merupakan kombinasi dari *logotype/brand name* dan *iconic/ symbolic*.(Abdul Azis Said 2021)

d. Perlindungan Logo

Di dalam karya logo terdapat ciptaan yang dilindungi oleh Undang-Undang Hak Cipta dalam kategori seni rupa atau gambar. Logo dikategorikan sebagai sebuah ciptaan yang termasuk ke dalam seni rupa dalam bentuk gambar sebagaimana diatur dalam Pasal 12 ayat (1) UU Hak Cipta Tahun 2002, yang telah diganti dengan UU Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, logo dilindungi oleh UU Hak Cipta tahun 2014 sebagaimana diatur dalam Pasal 40 ayat (1) yaitu suatu karya yang telah berwujud nyata dan dipublikasikan, maka saat itu perlindungan berlaku. Logo mendapatkan perlindungan hukum untuk mencegah terjadinya pembajakan akan tetapi logo harus didaftarkan sebagai merek agar nantinya dapat dijadikan alat bukti jika terjadi sengketa dikemudian hari. Selain diatur dalam Pasal 40 huruf f Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, logo diatur juga dalam Pasal 2 ayat (3) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu Merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan; perdagangan barang dan/atau jasa (Hascaryaningrum. 2022).

Hak atas Merek dapat di bedakan atas Merek dagang dan Merek jasa. Merek dagang yaitu Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara Bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. sedangkan Merek jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seorang atau beberapa orang secara Bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan degan jasa sejenis lainnya. Selain Merek dagang dan Merek jasa terdapat pula merek kolektif, Merek kolektif sebenarnya bisa termasuk pada Merek dagang maupun Merek jasa hanya saja Merek kolektif pemakainya digunakan secara kolektif (Mira and Agung Utama 2016) .

Merek kolektif berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum

secara bersama-sama Perbedaan Merek dan Merek kolektif yaitu Jika merek individual dimohonkan dan dimiliki oleh seseorang, atau beberapa orang secara bersama-sama atau perusahaan/badan hukum, maka merek kolektif dapat dimiliki oleh suatu komunitas, koperasi, atau paguyuban, perkumpulan, asosiasi, dan lainnya, sehingga dalam permohonan pendaftaran mereknya perlu melampirkan perjanjian penggunaan merek kolektif, Merek kolektif bertujuan untuk membedakan barang/jasa anggota dari barang/jasa pihak lainnya yang bukan anggota, baik mengenai ciri, kualitas/mutu dan asal daerah sekaligus sebagai sarana untuk menginformasikan keanggotaan perkumpulan dimaksud identitas anggota (Garate 2017).

Perlindungan hukum terhadap pemilik Merek di Indonesia yaitu apabila Merek tersebut didaftarkan maka pendaftaran memberikan kepastian hukum bagi pemilik Merek yang sah dan dapat dijadikan sebagai alat bukti apabila terjadi peniruan merek miliknya oleh pihak lain tanpa izin. Sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu dengan melakukan pendaftaran hak atas merek. didaftarkannya merek, pemiliknya mendapat hak atas merek yang dilindungi oleh hukum. Pasal 1 ayat 5

tersebut, dinyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. (Saputra dkk 2018)

e. Pendaftaran Karya Cipta Logo

Logo merupakan seni rupa dan bagian yang penting, karena dapat menunjukkan keberadaan sesuatu atau sebagai identitas dan yang membedakan dengan kelompok lainnya. Di Indonesia sendiri, pendaftaran ciptaan yang berupa logo tersebut bukan merupakan suatu kewajiban yang berarti tidak wajib untuk didaftarkan. Adanya perlindungan terhadap suatu ciptaan dimulai sejak ciptaan itu telah ada atau terwujud dan telah dipublikasikan. Namun jika logo akan didaftarkan agar mudah pembuktiannya di kemudian hari, maka dapat didaftarkan melalui Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis (Lopulalan 2021).

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 jika logo tersebut ingin

didaftarkan, maka pendaftarannya melalui UUMIG (Marlionsa dkk 2018).

7. Desain Grafis

a. Pengertian Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara visual. Desain grafis akan memanfaatkan suatu gambar sebagai media dalam penyampaian pesan. Informasi yang disampaikan didalamnya akan dilakukan seefektif mungkin. Desain grafis berasal dari dua kata, yaitu kata desain dan kata grafis. Desain merupakan suatu metode perancangan estetika. Metode perancangan ini didasarkan pada kreativitas. Sedangkan grafis memiliki arti ilmu dari sebuah perancangan titik, maupun garis. Maka hal itu akan membentuk sebuah gambar, yang bisa memberikan informasi dan berhubungan dengan proses percetakan. Bisa ditarik kesimpulan bahwa desain grafis merupakan ilmu yang mengandalkan sebuah kreatifitas dalam menciptakan suatu rancangan yang berbentuk gambar (lutfhfiyah sakinah 2020).

Desain grafis merupakan salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada seorang desainer (perancang) untuk memilih menciptakan atau mengatur elemen seni rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan dan garis di atas sesuatu permukaan, dengan tujuan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan gambar visual. Seorang disain grafis menciptakan karya untuk media cetak, elektronik, dan logo perusahaan termasuk browser dan iklan

suatu produk(Budiarta and Sila 2022). Mereka bertanggung jawab untuk sebuah tampilan agar tampak menarik, yang bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk materi promosi yang berkaitan dengan produk dan publik. Perancang grafis bertugas untuk menyampaikan sebuah informasi yang diinginkan oleh produk atau klien dalam bentuk desain yang menarik (Sachari and Sunarya 2000).

b. Kategori Desain Grafis

Secara garis besar, desain grafis dibedakan menjadi beberapa kategori yaitu:

- 1) Printing atau (percetakan) yang memuat desain buku, majalah, poster dan publikasi yang sejenis
- 2) Web desain, desain untuk halaman web
- 3) Film, termasuk CD (Compact disc), DVD (Digital Versatile Disk), multimedia untuk promosi
- 4) Identifikasi (Logo), EGD (Environmental Graphic Design) merupakan desain professional yang mencakup desain grafis, desain arsitek desain industry dan arsitek taman.
- 5) Desain produk kemasan dan sejenisnya

c. Perlindungan Hukum Pendesain Logo

Mendesain logo selalu diawali dengan mengetahui/ memahami eksistensi, visi, dan misi dari ‘entitas’ yang akan dibuatkan logonya. Selain sebagai acuan untuk visualisasikan informasi tentang ‘entitas’ tersebut, juga sekaligus dapat

digunakan dalam memilih dan menentukan jenis logo apa yang cocok untuknya. Tahapan selanjutnya, mengolah dan menata unsur-unsur visual menjadi satu kesatuan komposisi yang harmonis dan estetik, dengan tetap mempertimbangkan faktor-faktor determinan yang terkait dengan eksistensi ‘entitas’ yang bersangkutan.(Dwitasari 2017). Setelah menghasilkan logo yang mewujudkan sekilas tentang misi perusahaan, maka hal lain yang harus dan penting dilakukan yaitu memastikan karya desain tersebut mendapat perlindungan terhadap pembajakan atau plagiat dari pihak lain. Perlindungan hukum terhadap pencipta atas karya logo sebenarnya sudah secara otomatis terlindungi oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta pada Pasal 1 huruf 1. Munculnya perlindungan suatu karya cipta dimulai sejak ciptaan itu nyata dan dipublikasikan. Hal ini menjadi dasar bahwa suatu ciptaan baik yang tercatat maupun tidak tercatat tetap dilindungi Hak Ciptanya. Namun guna melindungi Hak Cipta atas logo, pencipta dapat melakukan upaya pencegahan, yaitu memberikan “izin” terhadap pihak yang akan menggunakan logo tersebut, hal ini dapat melalui suatu perjanjian antara pencipta dan pihak yang akan menggunakan logo tersebut, yang mengatur beberapa ketentuan-ketentuan yang disepakati terhadap logo yang akan diserahkan. Selain itu, pencipta dapat melakukan upaya pencatatan ciptaan, pencatatan ini keuntungan yang diperoleh yaitu

kemudahan dalam proses pembuktian Hak Cipta apabila timbul sangketa dikemudian hari (Abdul Azis Said 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu yuridis normatif, yang pembahasannya bersumber pada pendekatan perundang-undangan dan prinsip hukum yang berlaku. Penelitian yuridis normatif sasaran penelitian ini yaitu hukum atau kaedah norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas, peraturan hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi *freelance* desainer sebagai peserta dalam lomba logo.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan pendekatan Undang-Undang, yaitu dilakukan dengan menelaah Undang-Undang yang berkaitan tentang Hak Cipta untuk bahan dalam meneliti mengenai masalah perlindungan hukum bagi *freelance* disainer sebagai peserta dalam lomba desain logo.

C. Obyek Penelitian

Objek penelitian yaitu bagaimana perlindungan hukum bagi *freelance* desainer sebagai peserta dalam lomba desain logo.

D. Sumber Data

Sesuai dengan judul dan rumusan masalah diperlukan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui studi lapangan, yaitu

wawancara dengan responden. Data sekunder yang bersumber dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan tersier.

Adapun data sekunder meliputi:

1. Bahan hukum primer, meliputi

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

2. Bahan hukum sekunder

Buku, Tesis, jurnal, artikel, yang membahas tentang Hak Cipta suatu karya logo

3. Bahan Hukum Tersier, meliputi Kamus Hukum dan Ensiklopedia Hukum.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penulisan skripsi ini dengan studi pustaka, yaitu dengan membaca dan mempelajari peraturan perundang-undangan, jurnal, skripsi, tesis, dan artikel yang berkaitan dengan topik atau permasalahan yang diteliti pada skripsi ini yaitu perlindungan hukum bagi *freelance* disainer sebagai peserta dalam lomba desain logo. Selain itu data diambil dari lapangan yang menjadi objek penelitian, yaitu melalui wawancara dengan para responden.

F. Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis dalam penulisan ini yaitu deskriptif kualitatif yang difokuskan pada permasalahan yang dilakukan dengan cara, wawancara, dan mempelajari dokumen-dokumen yang berkaitan

dengan Hak Cipta logo dan perlindungan hukum bagi karya logo dalam lomba desain logo. Dipilihnya metode ini sebagai salah satu metode penulisan guna memperoleh gambaran di lapangan sehingga mendapatkan jawaban permasalahan dengan rinci dan jelas

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Perlindungan hukum terhadap *freelance designer* pada karya cipta logo dalam perlombaan desain logo belum berjalan sebagaimana mestinya, karena masih terjadi pelanggaran terhadap hak cipta logo yang dilakukan oleh klien/panitia penyelenggara, meskipun perlindungan hukum bagi pekerja freelance peserta lomba dalam logo bersifat otomatis, disaat karya logo tersebut terwujud sesuai dengan UUHC No 28 Tahun 2014. Akan tetapi dalam perlindungan karya logo pencipta belum mendapatkan perlindungan secara baik, terutama dalam pembuktiannya, desainer sering kali tidak menyimpan bukti dalam publikasinya, sehingga jika terjadi sengketa, pembuktian desainer masih kurang kuat. Hal ini didasari faktor kurangnya pemahaman desainer dan pengetahuan hukum tentang hak cipta yang masih kurang. Desainer perlu mengambil langkah-langkah tambahan untuk memperkuat hak-hak mereka yaitu dengan mendaftarkan logo yang memang memiliki nilai jual tinggi sebagai Merek, dengan melakukan pendaftaran, maka memberikan perlindungan dan pengakuan dari negara, pendaftaran merek juga memberikan kemudahan dalam proses pembuktian jika terjadi sengketa, tidak hanya itu pendaftaran juga menciptakan hak kebendaan. Dan jika logo tidak dicatatkan maka desainer harus menyimpan bukti pembuatan, seperti sketsa awal dan file digital dengan

tanggal pembuatan, atau. tanggal publikasinya, untuk mendapat bukti yang sah terkait hak cipta atas karya yang di ciptakan. Dengan demikian desainer dapat memperoleh bukti yang sah terhadap pelanggaran hak cipta atas karya mereka. Selain itu, desainer juga dapat melakukan Upaya hukum dengan mengajukan gugatan perdata, yang memungkinkan pemilik hak cipta untuk melindungi hak-hak mereka dan memperoleh ganti rugi yang adil.

- 2) Upaya Penyelesaian desainer Jika Karya Cipta Logo Miliknya dipakai tanpa izin, yaitu dengan penyelesain, non-litigasi dengan cara mediasi yaitu perundingan kesepakatan anantara desainer dan Pihak yang menggunakan karyanya tanpa seizin dengan dibantu oleh Mediator yang netral untuk mencapai kesepakatan. Desainer juga dapat menggunakan mediasi elektronik untuk memperoleh kesepakatan para pihak dengan dibantu oleh mediator yang dilakukan dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu desainer dapat melalui gugatan melalui Pengadilan Niaga.

B. Saran

Saran ini ditujukan kepada pemerintah, agar menyediakan sarana sosialisasi tentang pemahaman Hak Cipta. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan kesadaran hukum bagi desainer freelance dan juga generasi muda. Pemerintah juga diharapkan memberikan edukasi mengenai prosedur penyelesaian sengketa, yang dapat membantu para desainer memahami dan melindungi diri mereka dalam konteks lomba desain logo. Dengan adanya

kolaborasi antara desainer freelance dan pemerintah, diharapkan perlindungan hukum yang lebih baik dapat diperjuangkan di masa depan.

Berikut adalah kalimat yang telah diperjelas:

Peneliti memberikan saran kepada para desainer untuk melindungi karya mereka dengan mendaftarkan karya yang memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, desainer juga sebaiknya selalu menyimpan dokumentasi sketsa awal maupun proses pembuatan logo secara baik, baik secara fisik maupun digital. Dan memastikan semua pekerjaan desain dilakukan dengan kontrak atau perjanjian tertulis yang jelas, yang mencakup aspek kepemilikan hak cipta, pembayaran dan Hak penggunaan. Desainer juga dapat memanfaatkan teknologi dengan mengunggah karya logo yang tidak menang di platform online yang menjamin keamanan dan memungkinkan desainer untuk menjual atau mendistribusikan karya mereka, kepada pengguna yang membutuhkan logo untuk keperluan komersial atau non-komersial.

DAFTAR PUSTAKA

- , Sayatman, Nurina Orta Darmawati, and Putri Dwitasari. 2017. "Pengembangan Metode Desain Logo Dan Sistem Grafis Untuk Mendukung Pembelajaran Desain Komunikasi Visual." *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya* 16(2): 24.
- Abdul Azis Said. 2021. "Mendesain Logo 2021." : 3. [http://eprints.unm.ac.id/4217/1/Mendesain Logo.pdf](http://eprints.unm.ac.id/4217/1/Mendesain%20Logo.pdf).
- Ahmad Mujahid, Fadhli, Eddy Damian, and Laina Rafianti. 2024. "Pembatalan Pencatatan Hak Cipta Logo Yang Telah Terdaftar Sebagai Merek Berdasarkan Pasal 65 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *COMSERVA : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 3(11): 4482–96.
- Ainun Fadillah, Firda, and Saskia Amalia Putri. 2021. "Alternatif Penyelesaian Sengketa Dan Arbitrase (Literature Review Etika)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(6): 744–56.
- Amalia Yunia Rahmawati. 2020. "Pengertian Logo." universitas bina sarana informatika.
- Arika, Rizka, and Didit Widiatmoko Soewardikoen. 2015. "Brand Identity Design of the Bay Bali." *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual* 6(2): 85–100.
- Atmaji, Lutfi. 2019. "Proses Penentuan Harga Desain Pada Desainer Grafis Freelance." *Jurnal Tata Kelola Seni* 5(1): 42–49.
- Azis Abdul., Handriani Aan., and Basri Herlina. 2019. "Perlindungan Hukum Hak Pekerja Pada Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Dalam Ketenagakerjaan." *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 10: 59–74. <https://core.ac.uk/download/pdf/337609781.pdf>.
- Budiarta, I Gusti Made, and I Nyoman Sila. 2022. "Pemanfaatan Aplikasi Coreldraw Sebagai Media Pembelajaran Pada Kuliah Desain Komunikasi Visual Prodi Pendidikan Seni Rupa Undiksha." *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* 12(2): 115–28.
- CDA Practice Support. 2023. "Beware Violating Copyright Laws." *Journal of the California Dental Association* 51(1). <https://doi.org/10.1080/19424396.2023.2244093>.
- Choirunnisa, Farah Tisya. 2021. "Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Desain Grafis Dalam Media Sosial Pinterest." 10: 6.
- Darmalaksana, Wahyudin. 2017. "Permohonan Hak Cipta Atas Kekayaan Intelektual Berbasis Elektronik." *Jurnal Riset dan Inovasi*: 1–16. [http://digilib.uinsgd.ac.id/5026/1/12 HKI PTKIN.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/5026/1/12%20HKI%20PTKIN.pdf).

- David, David, and Esther Lita Simamora. 2019. "Perlindungan Hukum Terhadap Peniruan Merek Mawar + Logo." *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 1(2): 172.
- Depkes. 2000. *Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Surat Pencatatan Ciptaan*.
- Disemadi, Hari S, Raihan Radinka Yusuf, Novi Wira, and Sartika Zebua. 2021. "Perlindungan Hak Eksklusif Atas Ciptaan Digital Painting Dalam Tatanan Hak Kekayaan Intelektual Di Indoensia." *widya Juridika* 4(1): 41–52.
- Fauras, Fidy Nita, Fitz Frederico, Ovaldo Noor Hakim, and Rafi Erdian Wibowo. 2021. "Bisnis Design Grafis Logo Di Masa Digital." *Prosiding Serina* 1(1): 2077–80.
- Fauziyyah, Mahdiyah Nur, Fitri Romadhona, and Ari Metalin Ika Puspita. 2024. "ISSN 3031-0369 1 Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan." *Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan* 2(3): 1–16.
- Garate, Jhonny. 2017. "PERLINDUNGAN HUKUM MEREK TERKENAL DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK." *Occupational Medicine* 53(4): 130. file:///C:/Users/User/Downloads/lexetsocietatis_dk28,+3.+Jacklin+Mangowa l.pdf.
- Hascaryaningrum, Putri et al. 2022. "ATAS LOGO MELALUI MEKANISME CROSS BORDER." 1(4): 42–52.
- Januariyansah, Sapitri. 2018. "Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori : Efektif Dan Efisien." https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN 1(1): 13–14. https://www.researchgate.net/publication/328662854_ANALISIS_DESAIN_LOGO_BERDASARKAN_TEORI_EFEKTIF_DAN_EFISIEN/citation/download.
- de la Tierra, Albert. 2017. "Con Men." *Sociological Forum* 32(3): 684–86.
- Labetubun, Muchtar A H. 2019. "Penyelesaian Sengketa Hak Atas Logo (Suatu Kajian Overlapping Hak Cipta Dan Merek)." *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata* 5(1): 151.
- Lestari, Komala Sridewi, and Devi Siti Hamzah Marpaung. 2022. "Penyelesaian Sengketa Lingkungan Hidup Di Luar Pengadilan (Non Litigasi) Melalui Jalur Negosiasi (Studi Kasus Tumpahnya Minyak Di Laut Karawang)." *Justitia: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora* 9(2): 651–60. <http://dx.doi.org/10.31604/justitia.v9i2.651-660>.
- Lestari, Sartika Nanda. 2019. "Perlindungan Hak Moral Pencipta Di Era Digital Di Indonesia." *Diponegoro Private Law Review* 4(3): 1–11.

- Lopulalan, Yunus Marlon, Rory Jeff Akyuwen, and Marselo Valentino Geovani Pariela. 2021. "Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek." *Jurnal Ilmu Hukum* 1(1): 17–30. <https://fhukum.unpatti.ac.id/jurnal/tatohi/article/view/494%0Ahttps://fhukum.unpatti.ac.id/jurnal/tatohi/article/download/494/260>.
- lutfhfiyah sakinah. 2020. "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat Smk Di Smkn 1 Gunung Putri Bogor." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(4): 476–80.
- Mailangkay, Ferol. 2017. "Kajian Hukum Tentang Hak Moral Pencipta Dan Pengguna Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Lex Privatum* 5(4): 138–44. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/16107>.
- Marlionsa dkk. 2018. "Pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual Dan Tuntutan Ganti Rugi Mengenai Hak Cipta Logo Dari Pencipta." *Kertha Semaya* 6(3): 1–5.
- Martadireja, Sonde. 2018. "Pengaruh Microstock Terhadap Kesadaran Hak Kekayaan Intelektual Desainer Grafis." *Journal of Urban Society's Arts* 5(1): 19–28.
- Mayasari, Novi. 2013. "Perlindungan Hukum Terhadap Desainer Grafis Sebagai Peserta Dalam Lomba Desain Grafis Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta." *DeKaVe* 3(6).
- Mira, Annisa, and M.Si Agung Utama. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir (Studi Kasus Pada Pelanggan Pos Indonesia Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (Jmbi)* 5(5): 443–54. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/5046>.
- Moh. Mahfud M. D. 2001. *Dasar Dan Struktur Ketatanegaraan Indonesia*. Rineka Cipta.
- Monica, and Laura Christina Luzar. 2013. "Hasil Dan Pembahasan Sejarah Logo." *Humaniora* 4(1): 508–17.
- Muhamad Sholeh, Abdul Halim. 2015. "Syari'ah Economic Disputes and Readiness of Religious Courts Sengketa Ekonomi Syari'ah Dan Kesiapan Peradilan Agama." *Jurnal Bimas Islam* Vol.8(1): 70.
- Munawar, Akhmad, and Taufik Effendy. 2016. "Upaya Penegakan Hukum Pelanggaran Hak Cipta Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Al-Adl : Jurnal Hukum* 8(2): 125–37.
- Mustofa. 2013. "PEKERJA LEPAS (FREELANCER) DALAM DUNIA BISNIS." *NBER Working Papers* X: 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.

- Natasha Alwi. 2018. 2014 *Penerapan Prinsip Originalitas Dalam Melindungi Karya Cipta Desain Visual Menurut Undang-undang Hak Cipta No.28 Tahun 2014 (Kasus Tokyo 2020 Vs Theatre Deliege Dan Kasus Its Vs Inkom The Snab)*. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/161725/>.
- Nelson, Nelwandi. 2016. "Dalam Pembelajaran Seni Lukis." *Ilmu Pengetahuan Sosial* 1(1).
- Ngr Sri Rahayu Gorda, Aaa et al. 2020. "HAK CIPTA DAN HAK MEREK PADA KELOMPOK USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SEBAGAI ASET BISNIS DI ERA INDUSTRI KREATIF (Sosialisasi Hak Merek Dan Hak Paten Pada Masyarakat Desa Celuk Kabupaten Gianyar) Corespondensi Author." *PARTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(1): 27–31. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta>.<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta>.
- Oscario, Angela. 2013. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand." *Humaniora* 4(1): 191.
- Puspitaningrum, Sri. 2018. "Mediasi Sebagai Upaya Penyelesaian Sengketa Perdata Di Pengadilan." *Spektrum Hukum* 15(2): 275.
- Regent, Regent, Revlina Salsabila Roselvia, M. Rahmat Hidayat, and Hari Sutra Disemadi. 2021. "Pelanggaran Hak Cipta Sinematografi Di Indonesia: Kajian Hukum Perspektif Bern Convention Dan Undang-Undang Hak Cipta." *Indonesia Law Reform Journal* 1(1): 111–21.
- Rohman, Abd. 2017. "Coffe Shop." *Jurnal Reformasi* 7(1): 95–105. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/reformasi/article/view/702/1028>.
- Sachari, Agus, and Yan Yan Sunarya. 2000. "Pengantar Tinjauan Desain." *ResearchGate* (July 2000): 159–90. https://www.researchgate.net/profile/Yan-Sunarya/publication/306012610_PENGANTAR_TINJAUAN_DESAIN/links/57aa119508ae0932c96e5bf6/PENGANTAR-TINJAUAN-DESAIN.pdf.
- Saputra dkk. 2018. "Implementasi Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Terhadap Clothing Di Kota Singaraja." *Tahun* 1(2): 165–74.
- Suhayati, Monika. 2014. "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Ekonomi Pemilik Hak Terkait Dalam Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Negara Hukum* 5(2): 207–21. www.hukumonline.com/berita/baca/lt517fd780019e8/.
- Thalib, Prawitri. 2013. "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Cipta Dan Pemilik Lisensi Rekaman Berdasarkan undang- Undang Tentang Hak Cipta." *Yuridika* 28(3): 351–60.
- Widyana dkk. 2022. "Pengembangan Kreativitas Desainer Melalui Aplikasi Grafis Dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual." *Jurnal DKV*

Adiwarna 1: 11.

Widyastuti, Suciati Rahayu, Lia Aliawati, Rosi Herawati, and Siti Ayu Nadiah. 2013. "PENGENALAN LOGO / IKLAN APLIKASI DIGITAL UNTUK PEMBELAJARAN SISWA SEKOLAH DASAR NEGERI 2 MUARA Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon Salah Satu Kegiatan Utama Dalam Kegiatan Sosialisasi Ini Adalah Dengan Memperkenalkan Logo Aplikasi Digital Didalamnya Sebag." : 49–57.

Wijaya, Hendra Tanu. 2003. "Konsep Hak Ekonomi Dan Hak Moral Pencipta Menurut Sistem Civil Law Dan Common Law." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 10(23): 152–68.

Yanto, Oksidelfa. 2016. "Konvensi Bern Dan Perlindungan Hak Cipta." *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 6(1): 108–21.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

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

BUKU

Sembiring, S. (2002). *Prosedur dan tata cara memperoleh hak kekayaan intelektual di bidang hak cipta paten dan merek*. Yrama Widya.

Nainggolan, D. B., & SH, M. (2023). *Pemberdayaan Hukum Hak Cipta dan Lembaga Manajemen Kolektif*. Penerbit Alumni.

Lopulalan, Y. M., Akyuwen, R. J., & Pariela, M. V. G. (2021). Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek. *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 17–30.

Goldstein, Paul. 1997, *Hak Cipta: Dahulu, Kini dan Esok*, YOI, Jakarta

PENELUSURAN GOOGLE

<https://juragankreatif.com/apa-itu-desain-logo/#:~:text=Menurut%20pengertiannya%2C%20desain%20logo%20merupakan,serta%20membedakannya%20dengan%20perusahaan%20lain.>

<https://www.ruangfreelance.com/99designs/>

https://desakaliabu.magelangkab.go.id/First/data_dusun