

HAK CIPTA DALAM DUNIA PEMASARAN : TINJAUAN KASUS JOICE M. SENDUK MELAWAN PT. UNILEVER INDONESIA

Dewi Kusuma Nada

Program Studi Hukum, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo

Email : dewikusumanadaz@gmail.com

Abstrak

Penyalahgunaan hak cipta dalam fotografi iklan tanpa izin merupakan masalah penting dalam dunia bisnis dan pemasaran. Beberapa kasus di Indonesia, ada para pihak yang tidak berwenang menggunakan fotografi atau potret orang lain tanpa izin atau persetujuan terlebih dahulu, menyebabkan kerugian finansial, merusak reputasi, dan nama baik seseorang. Artikel ini mengulas dampak yang ditimbulkan dari pelanggaran hak cipta fotografi untuk kepentingan iklan atau pemasaran, mengamati upaya yang harus dilakukan untuk melindungi hak cipta, serta implikasi hukum bagi pihak pelanggar yang terlibat dalam tindakan yang merugikan ini.

Kata Kunci : fotografi, iklan, hak cipta

Pendahuluan

Era digital saat ini semakin berkembang, fotografi telah menjadi hal yang penting dalam dunia periklanan dalam pemasaran suatu bisnis. Gambar yang menarik dan kreatif digunakan untuk menggaet perhatian target pasar serta meningkatkan penjualan suatu produk atau layanan.[1] Tetapi, perlu diketahui dibalik kreativitas gambar-gambar yang digunakan terdapat Undang-Undang yang mengatur dan melindungi hak cipta pemilik asli.

Hak cipta adalah bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik asli termasuk sebuah fotografi.[2] Hal ini mencakup bahwa siapa pun yang menciptakan atau menjadi objek gambar memiliki hak eksklusif atas penggunaan, reproduksi, dan distribusi gambar tersebut. Dalam dunia pemasaran, pihak mana pun yang akan menggunakan fotografi orang lain untuk keperluan iklan atau promosi harus mendapatkan izin dan persetujuan terlebih dahulu dari pemilik asli. Tetapi saat ini masih banyak para pihak yang tidak berwenang menggunakan fotografi tanpa izin dan persetujuan dari pemilik asli. Hal ini termasuk pelanggaran hak cipta yang serius dan dapat menimbulkan konsekuensi hukum bagi pihak pelaku. Pemilik asli memiliki hak untuk menuntut ganti rugi atas tindakan tersebut untuk melindungi karya asli dengan mengambil tindakan hukum.

Artikel ini akan menjelajah lebih dalam mengenai hak cipta fotografi yang digunakan dalam iklan, mengimplementasikan upaya yang harus dilakukan untuk melindungi hak cipta, serta memahami implikasi hukum bagi pihak-pihak yang terlibat.

Metode

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif ini dilakukan dengan mengambil bahan-bahan pustaka atau dapat dikatakan sebagai data sekunder.[3] Metode ini berfokus pada peraturan dan hukum yang berlaku seperti undang-undang, peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, atau artikel hukum lainnya.

Hasil dan Pembahasan

Dalam tinjauan kasus ini, Joice M. Senduk menjadi pemenang mesin cuci dari produk Unilever, Rinso pada bulan November 2004. Setelah itu, Joice diminta untuk menandatangani sejumlah dokumen dan melakukan foto untuk kelengkapan dokumen oleh PT Unilever. Tetapi kemudian foto tersebut justru digunakan untuk keperluan iklan Rinso yang dipublikasikan melalui media cetak dan papan reklame di seluruh Indonesia. Hal tersebut dilakukan tanpa izin dan persetujuan tertulis dari Joice.

Tindakan PT. Unilever tersebut melanggar Pasal 12 UU No. 28/2014 tentang Hak Cipta.[4] Penyalahgunaan fotografi Joice M. Senduk dalam iklan Rinso oleh PT Unilever Indonesia termasuk pelanggaran hak cipta. Penggunaan fotografi Joice tanpa izin dan persetujuan merupakan tindakan yang melanggar hak eksklusif yang dimiliki oleh Joice sebagai pemilik asli fotografi tersebut. Sebelum mengajukan gugatan, pihak dari Joice sudah melakukan mediasi secara bilateral selama 10 tahun, tetapi mediasi tersebut tidak mencapai hasil memuaskan. Kemudian Joice membuat gugatan untuk mendapatkan keadilan atas kerugian hak cipta yang dilakukan PT. Unilever. Pengadilan Niaga Jakarta Pusat akan memeriksa dan mengadili gugatan tersebut untuk mengklaim keadilan sesuai hukum yang berlaku.

Kesimpulan

Penyalahgunaan hak cipta dalam fotografi untuk iklan tanpa izin merupakan masalah serius dalam dunia bisnis dan pemasaran. Pelanggaran hak cipta dapat menyebabkan kerugian finansial, merusak reputasi, dan berakibat pada implikasi hukum bagi pihak pelaku.[5] Oleh karena itu, perusahaan harus mematuhi hukum hak cipta dengan mendapatkan izin sah dari pemilik asli sebelum menggunakan gambar atau fotografi untuk keperluan iklan dan promosi guna menjaga reputasi bisnis dan mencegah masalah hukum.

Rerefensi

- [1] N. P. M. Manika dan I. A. Sukihana, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP SUBJEK DALAM POTRET YANG DIUNGGAH KE AKUN MEDIA SOSIAL”.
- [2] E. Puspitarani, M. Handono, E. Wahjuni, dan J. Kalimantan, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP POTRET ORANG LAIN YANG DIGUNAKAN PROMOSI OLEH FOTOGRAFER BERDASARKAN UNDANG- UNDANG NO. 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA.,” 2013.
- [3] N. L. Anjani, “PERLINDUNGAN KARYA SENI FOTOGRAFI BERDASARKAN UNDANG- UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA,” *LR*, vol. 8, no. 2, hlm. 138, Jan 2013, doi: 10.14710/lr.v8i2.12428.
- [4] “PERLINDUNGAN HUKUM ATAS KARYA CIPTA FOTOGRAFI.pdf.”
- [5] N. E. Safitri, M. T. Multazam, R. R. Phahlevy, dan K. Z. Abduvalievich, “Virtual Objects Trading in Indonesia: Legal Issues on Ownership and Copyright,” dalam *Proceedings of the International Conference on Intellectuals’ Global Responsibility (ICIGR 2022)*, T. T. Y. Alabdullah, M. I. Awang, B. Sobirov, M. T. Multazam, dan M. D. K. Wardana, Ed., dalam *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 750. Paris: Atlantis Press SARL, 2023, hlm. 713–721. doi: 10.2991/978-2-38476-052-7_76.

