

# Jangan Remehkan Industri Kreatif

Flores Gaffas

Sekretaris Jenderal Asosiasi Konsultan Hak Kekayaan Intelektual (AKHKI)

Tidak semesta Hari Buruh, Hari Terbuka, atau hari perayaan lain. Hari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) se-Dunia yang jatuh pada akhir April 2010 lalu, yang juga diangkat World Intellectual Property Organization (WIPO) ke-40 tahun, terlihat biasa-biasa saja. Tema Hari HKI kemarin adalah *Innovation Linking The World*, yang berarti fokus ke bagaimana teknologi inovatif menciptakan masyarakat yang saling terkait dan menggolong.

Kita memiliki contoh peraih teknologi inovatif. Sebut saja batik tradisional. Ini adalah karya seni bangsa bernama Riwana Kamil, yang mendapatkan 2008 UNESCO Award sebagai inovasi tertinggi. Penciptanya dilahirkan ke-40 tahun dengan komputer sehingga dapat melahirkan motif batik yang tidak terbayang. Pencapaian ini adalah kolaborasi beragam disiplin ilmu: arsitektur, matematika, desain, dan ekonomi. Inilah contoh *creative industry* yang diharapkan menjadi pilar ekonomi bangsa di masa depan.

Misalnya, apakah karya-karya yang lahir dari kegiatan kognitif manusia seperti ini dipresiasi negara? Bagaimana proteksi hukumnya agar pencipta, pemilik merek, inventor, atau pendesain merasa nyaman, diuntungkan, dan mau terus berkreasi?

## Kontribusi konkret

Sebelum kita membahas lebih jauh perihal industri kreatif, mari kita melihat dulu latar belakangnya. Laporan Ekonomi UNCTAD dan UNCTAD tahun 2008 menyebutkan bahwa sebanyak 98 negara dari 144 negara berkembang masih mengantarkan setengah ekspor nasionalnya pada komoditas. Tema saja hal tersebut kemudian menjadi tantangan dunia. Negara di dunia berharap menemukan pembangunan berkelanjutan dan inklusif, yang mampu menjawab problem lingkungan tenaga kerja terampil, kesenjangan infrastruktur dasar, serta keterpaparan skala *foreign direct investment* (FDI).

Jawaban atas semua itu ternyata ada pada *creative economy*. Ekonomi kreatif tersebut merupakan interaksi antara kreativitas, budaya, ekonomi, dan teknologi yang diwujudkan melalui HKI. Ekonomi kreatif inilah yang pada ujungnya meredakan pendapatan dan menciptakan pekerjaan, sekaligus mendorong inklusivitas sosial, diversitas kultur, dan pengembangan kemasyarakatan. Di jantung ekonomi kreatif tertanam industri kreatif yang memiliki siklus kreasi, produksi, dan distribusi atas barang/jasa.

Kita juga sudah merasakan bagaimana

kiprah industri kreatif pada level nasional. Ketika ekonomi Indonesia meredap, ternyata industri kreatif mampu menjadi peropong ekonomi nasional secara signifikan. Tengok saja kontribusi industri kreatif bagi Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2002-2008 dengan angka 6,28% atau Rp 104,68 triliun, yang berarti di atas rata-rata pertumbuhan nasional yang cuma 5,24%.

Sumbangan datang dari desain/fashion (18,09%), musik (17,06%), persembitan/percetakan (12,59%), periklanan (11,35%), arsitektur (10,86%), layanan komputer/peranti lunak (10,69%), televisi dan radio (8,51%), permainan interaktif (8,24%), pasar serba-rang aktif (7,65%), dan seni pertunjukan (7,65%). Yang perlu dicatat kemudian adalah sejauh mana besarnya angka ini dibandingkan oleh nilai tambah (added value) dari HKI-nya masing-masing, bukan sekadar dari volume produk industri kreatif itu sendiri.

Tapi, apa makna industri kreatif? Tidak ada definisi tunggal. Dalam kacamata Kementerian Budaya, Media, dan Olahraga Inggris, "Creative industry as those industries which have their origin in individual creativity, skill, and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content." Karena dilandasi kreativitas, ketahanan, dan

atau proses sebagai *innovator* (pemecahan masalah) yang "baru" di bidang teknologi. Makna baru bukan sekadar beda, melainkan dilandai ketidakefisienannya dengan produk lain pada aspek teknisnya (baca: *function*). Dengan kata lain, industri kreatif di sini lebih ditentukan oleh aspek teknis, bukan aspek estetis.

Alasan sebagai bagian desain industri, industri kreatif, adalah kreasi yang merencanakan aspek estetis (bukan aspek teknis) yang berifat "baru", namun dapat diterapkan ke dalam praktik. Miring dengan sifat baru pada paten, arti baru pada desain industri pun tidak sama secara visual dengan pengungkapan sebelumnya melalui beragam media. Kreasi tersebut dihasilkan oleh manufaktur maupun *handmade*. Yang terpenting bagi desain industri adalah kreasi tersebut dapat diproduksi berulang dan massal secara konsisten.

Kembali ke contoh awal dalam tulisan ini tentang batik tradisional. Motif batik yang pencipta mendapatkan proteksi hukum dari rezim hak cipta. Jika motifnya diambil dari logo merek dagang pihak lain, harus mendapatkan izin pengembangannya dari pemilik mereknya. Jika produksinya memakai mesin yang dipatenkan pihak lain, juga mesti memperoleh lisensi dari inventornya. Jika motif batik ini diadaptasi ke produk tertentu (misalnya tas), perlindungan yuridis atas pendesain ada da- lam rezim desain industri. Pro- sedur



bakat individual, perlindungan yuridis atas industri kreatif bisa diadopsi dalam satu rezim atau kombinasi beberapa rezim HKI. Seperti, hak cipta (seni dan sastra), merek (perdagangan), paten (teknologi), serta desain industri (seni, sastra, dan teknologi).

## Rezim HKI

Karya industri kreatif dikategorikan hak cipta karena merupakan produk sastra, seni, atau sastra yang "ada". Jadi di sini berarti original ideas dari penciptanya. Rezim ini lebih mengedepankan aspek estetis (keindahan) dibandingkan dengan aspek teknis (kegunaan), seperti dalam karya gambar, lukisan, dan patung. Ciptaan tersebut, adalah satu-satunya produk sebagai *masterpiece*.

Bila karya industri kreatif memuatkan hak cipta dan merek (misalnya logo) sebagai bagian kreasinya, berarti ia masuk dalam rezim merek. Ornamental merek pada barang/jasa tidak mesti asli/gasungnya seperti hak cipta, melainkan wujudnya harus memiliki "daya beda" terhadap merek lain dalam dunia perdagangan. Di sini tidak dipersoalkan aspek estetis atau aspek teknisnya.

Lain lagi paten yang berwujud produk

pe- olehan hak pada masing-masing rezim sudah tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang ada atau bertatan.

Untuk mengangkat industri kreatif agar tidak dipandang sebelah mata, amat bergantung pada kermatan pencipta, pemilik merek, inventor, dan pendesain untuk memproses pendaftaran karyanya. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM, sebagai otoritas pembinaan HKI, mesti memberikan *service excellent* agar ekonomi nasional tumbuh positif dengan adanya industri kreatif.

Lalu, apa peran konsultan HKI? *Best practice*, yaitu rajin menyulahi HKI di kalangan industri/kreasi, tidak sekadar menasugui bola dari klien yang mau mendaftarkan HKI-nya. Ingat kata Spinoza: *hinc agere et facere*, yang artinya berbuat baik dan bergembira.