

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP KOMERSIALISASI *FANART ANIME* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

Mohamad Rana¹ dan Widianti Maharani Dewi²

¹Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

E-mail: mohamadrana85@syekhnrjati.ac.id, widiantimhrn@gmail.com

Abstract

The commercialization of unofficial anime fanart is becoming more visible these days. This may have an impact on the anime business, including production house losses. The author plans to explore deeper into the relationship between anime fanart and intellectual property rights, as well as the relationship between copyright law and the legality of commercializing anime fanart in the form of unapproved items, on this occasion. The author employs a hit-or-miss approach to normative legal research approaches. According to research, Copyright Law Number 28 of 2014 governs this action.

Keywords: **Commercialization, Fanart, Merchandise, Anime, Copyright Law**

Abstrak

Komersialisasi *unofficial fanart anime* kian mencuat ke permukaan. Hal tersebut dapat berpengaruh kepada industri *Anime* termasuk kerugian pada rumah produksi. Dalam kesempatan ini, penulis bermaksud untuk mendalami lebih dalam hubungan antara *fanart anime* dengan hak kekayaan intelektual serta hubungan antara hukum hak cipta dan legalitas komersialisasi *fanart anime* dalam bentuk *unofficial merchandise*. Penulis menggunakan metode penelitian hukum normative dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketentuan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta telah memberikan pengaturan mengenai tindakan komersialisasi *unofficial fanart anime*.

Kata Kunci: **Komersialisasi, Fanart, Merchandise, Anime, Hak Cipta**

PENDAHULUAN

Anime merupakan sebuah istilah populer yang merujuk pada animasi bergerak yang dapat berbentuk film atau serial TV khas negara Matahari Terbit, Jepang yang populer di setiap kalangan dalam masyarakat Indonesia. *Anime* sendiri memiliki berbagai jenis *genre* sepanjang sejarah. Beberapa judul *anime* dengan beragam *genre* yang berbeda yang mungkin tidak asing di telinga khalayak adalah "*Naruto*", "*Dragon Ball*", "*One Piece*", "*Haikyuu!*", "*Jujutsu Kaisen*", "*Inuyasha*", dan "*Ninja Hatori*". Seiring berkembangnya waktu, nama *anime* kian mencuat ke permukaan sehingga memiliki banyak penggemar. Hal ini tentu dijadikan peluang usaha oleh berbagai pihak baik kreator atau rumah produksi resmi dari *anime* tersebut atau

* Copyright (c) 2024 **Mohamad Rana, Widianti Maharani Dewi**

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Received: 19 Juni 2023; Revised: 22 Juni 2023; Accepted: 06 Juli 2023

bahkan penggemar dari anime tersebut. Tidak jarang kreator atau rumah produksi resmi *anime* tersebut merilis *merchandise official* yang kerap dikoleksi oleh para penggemar. Namun, karena harga *merchandise* resmi cukup dibilang mahal ada beberapa penggemar kolektor *merchandise anime* yang banting stir untuk mengoleksi *fanmade merchandise* yang tentunya tidak resmi.

Merchandise non-official tersebut biasanya diproduksi oleh penggemar *anime* itu sendiri. Meskipun tidak resmi, ada beberapa *merchandise* tidak resmi tersebut yang memiliki legalitas yakni menjual dengan produk resmi gratis dan atau meminta izin resmi dari kreator atau rumah produksi *anime* yang bersangkutan. Akan tetapi terdapat pula komersialisme pada *fanmade merchandise* atau barang tidak resmi yang dibuat tanpa izin kreator atau rumah produksi dari *anime* tersebut. Acap kali ditemukannya *merchandise non-official* yang dijual penggemar berupa *fanart* dari salah satu atau keseluruhan *anime* tersebut. Dalam beberapa kasus, penjualan karya penggemar berbentuk karya seni dapat berupa digital maupun karya fisik atau diolah menjadi barang lainnya seperti kaos oblong yang bergambar *fanart* dari *anime* tersebut.

Sebelumnya terkait penelitian publikasi karya penggemar tanpa izin sudah diteliti lebih dahulu oleh Rifki Indra Maulana, S.H. dalam karyanya yang berjudul "Pelanggaran Hukum dalam Industri Animasi Jepang (Studi Kasus: *Fansubbing*)". Dalam karyanya termaktub bahwa Penggunaan *fansub* dianggap ilegal menurut hukum di Jepang karena melanggar tiga kategori hak cipta yang berbeda yakni hak produksi ulang (penyalinan), hak terkait terjemahan atau adaptasi, dan hak distribusi.¹

Pada penelitian terlebih dahulu, karya penggemar yang dikupas adalah tentang *fansubbing* atau menerjemahkan konten *anime* oleh penggemar tanpa seizin kreator, tetapi tidak berfokus pada hukum positif di Indonesia. Meninjau hal tersebut, timbul keingin tahuan penulis terkait legalitas karya penggemar *anime* yang dikomersialisasikan berbentuk seni. Apakah karya penggemar berupa *fanart anime* yang dikomersialisasi dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hak cipta? Serta bagaimana payung hukum terkait hal tersebut dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta?

Kemudian terdapat penelitian terdahulu mengenai legalitas *fanart* dalam dunia *idol K-pop* dengan judul "Tinjauan Yuridis Komersialisasi Fanart Idol K-Pop Pada Unofficial Merchandise Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta" Karya Karina Widyadhari Argyapalastri Ayanto Putri. Dalam penelitiannya, terdapat penemuan bahwasanya pencipta *fanart* diperbolehkan untuk menjual karyanya selama artis tersebut tidak dirugikan dan/atau telah

¹ Rifki Indra Maulana, "Pelanggaran Hukum Dalam Industri Animasi Jepang (Studi Kasus: Fansubbing)," 11 Desember, 2018, <http://lipi.go.id/publikasi/pelanggaran-hukum-dalam-industri-animasi-jepang-studi-kasus-fansubbing/26169>.

memberikan izin sebelumnya. Namun, bukab berarti *idol K-Pop* tersebut tidak bisa meminta royalti kepada pencipta *fanart*. Mereka juga memiliki kewenangan untuk melarang, menghentikan, atau memprotes tindakan apa pun, terutama jika itu merugikan artis atau idola yang bersangkutan. Sebagai tindakan pencegahan, orang yang membuat *fanart* dapat mengajukan permohonan lisensi *fanart* resmi untuk idola *K-pop*, dan idola *K-pop* dapat menuntut mereka yang melanggar hak ciptanya di pengadilan.² Namun, terdapat perbedaan legalitas antara penelitian tersebut mengenai komersialisasi *fanart idol K-pop* dengan temuan dari peneliti terkait komersialisasi *fanart anime* di mana sejatinya komersialisasi *fanart anime* tidak disahkan meskipun tanpa izin dari rumah produksi dan/atau penciptanya.

UU Hak Cipta no. 28 Tahun 2014 melindungi hak kekayaan intelektual di Indonesia, termasuk hak cipta terhadap *fanart anime*. Pemilik hak cipta memiliki hak eksklusif untuk mengatur reproduksi, distribusi, dan penggunaan karya asli. Dalam konteks *fanart* biasanya dipandang sebagai karya turunan yang menggunakan elemen visual, karakter, atau lingkungan yang ada dari karya aslinya.

Akan tetapi, ketika seseorang membuat dan mendistribusikan *fanart* di Indonesia, terdapat risiko pelanggaran hak cipta jika pemilik hak cipta asli tidak memberikan izin atau lisensi. Ini karena *fanart anime* memasukkan unsur-unsur yang dilindungi oleh hak cipta pembuatnya. *Anime* itu sendiri merupakan buah tangan orisinal dari pencipta dan/atau rumah produksi. Pemilik hak cipta memiliki hak eksklusif untuk mengotorisasi atau melarang orang lain menggunakan karya mereka. Namun, di Indonesia penegakan hukum terhadap *fanart anime* mungkin tidak seketat di Jepang, dan praktik ini lebih toleran. Banyak pengagum anime atau komik di Indonesia menjual *fanart* mereka di konvensi atau di internet tanpa konflik hukum yang berarti. Namun, ini tidak berarti bahwa aktivitas tersebut sepenuhnya legal.

Sehubungan dengan hal-hal yang telah disampaikan sebelumnya, penulis bermaksud untuk menilik lebih dalam hubungan antara karya seni penggemar atau *fanart* dengan hak kekayaan intelektual sang kreator resmi, serta hubungan antara hukum hak cipta dan legalitas mengkomersialkan *fanart anime* tersebut ke dalam bentuk *unofficial merchandise* tersebut melalui tulisan ini.

METODE PENELITIAN

Untuk mengupas permasalahan regulasi *fanart anime* yang dikomersialisasi di Indonesia penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif sebagai langkah dalam menggali informasi dengan pendekatan kasus (*case study*) serta pendekatan undang-undang (*statute approach*). Metodologi penelitian hukum normatif adalah

² Karina Widyadhari Argyapalastri Ayanto Putri, "Tinjauan Yuridis Komersialisasi Fanart Idol K-Pop Pada Unofficial Merchandise Berdasarkan Undang- Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta," *UnizarLawReview* 4, no. 2 (2021): 12.

salah satu jenis metodologi penelitian hukum yang mendasarkan analisisnya pada peraturan perundang-undangan positif dan relevan dengan permasalahan hukum yang menjadi fokus penelitian.³

Metodologi yang digunakan dalam penelitian hukum normatif akan memungkinkan penulis untuk menerapkan berbagai temuan dalam ilmu empiris dan ilmu-ilmu lain dengan bertujuan menganalisis dan menjelaskan hukum tanpa mengubah “jati diri” hukum normatif dengan berbagai pendekatan yang memungkinkan.⁴ Pendekatan kasus yang penulis gunakan bertujuan untuk meninjau apakah hukum yang telah dirancang dapat terimplementasi di masyarakat. Selain itu melalui pendekatan undang-undang penulis memanfaatkan strategi legislasi serta diperlukan juga cara-cara tambahan yang relevan dan tepat guna menghasilkan hasil penelitian yang konkrit dan objektif yang diperlukan guna mendapatkan hasil yang diinginkan. Misalnya, memeriksa seberapa mirip atau tidaknya hukum di berbagai negara.⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

FanArt merupakan istilah yang merujuk pada suatu jenis karya seni yang dibuat oleh penggemar berdasarkan karakter atau dunia imajiner dari karya seperti *manga*, *anime*, film, dan media sejenis lainnya. Foto, lukisan, sketsa, dan media lainnya hanyalah sebagian dari cara para penggemar mengekspresikan kreativitasnya melalui seni. Sejatinya *FanArt* tidak selalu merupakan salinan persis dari karakter fiksi atau alam semesta yang menginspirasi; sebaliknya, itu mungkin menunjukkan karakter dalam cahaya baru atau mencerminkan persepsi penggemar tentang dunia fiksi.⁶

Sejauh ini terdapat beragam jenis dari *FanArt* itu sendiri. Macam-macam *FanArt* yang populer di khalayak di antaranya ialah⁷:

1. *Chibi* adalah sejenis fanart anime yang menampilkan karakter lucu dengan kepala besar yang tidak proporsional dan tubuh yang kecil. Komunitas penggemar *anime* di Indonesia sangat menyukai *fanart* jenis ini.
2. *Manga Style* mengacu pada gaya gambar yang digunakan dalam *fanart anime* dan meniru *gaya* manga Jepang. Kategori *fanart* ini juga cukup umum di Indonesia yang popularitasnya tinggi.

³ Kornelius Benuf and Muhammad Azhar, “Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer,” *Jurnal Gema Keadilan* Volume 7 E (n.d.).

⁴ Suhaimi, “Problem Hukum Dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum Normatif,” *Jurnal YUSTITIA* Vol. 19 No (n.d.).

⁵ Suhaimi.

⁶ Emily M, “Fanart as a Form of Participatory Culture: Implications for Art Education,” *Visual Arts Research*, 2014.

⁷ Sisila A. Halimi, “Anime Fanart in Indonesia: A Visual Representation of Young People’s Imagination and Creativity,” *Journal of Visual Art and Design* 12, no. 1 (2018).

3. *Crossover* adalah karya seni penggemar yang menggabungkan karakter dari berbagai manga atau serial *anime* menjadi satu karya seni.
4. *Ship art* adalah sejenis *fanart anime* yang menggambarkan hubungan romantis antara *dua* karakter yang muncul dalam sebuah manga atau judul *anime*.
5. *Genderbend* mengacu pada jenis *fanart anime* di mana karakter dari *manga* atau judul *anime* diubah jenis kelaminnya.

Fanart anime telah menjadi bagian penting dari budaya penggemar anime di seluruh dunia, termasuk Indonesia dan terus memainkan peran tersebut. Pembuatan *fanart anime* umumnya dilakukan dengan tujuan untuk memfasilitasi saling berbagi karya dan menumbuhkan rasa kebersamaan di antara para penggemar *anime*. Namun seiring berkembangnya waktu, *fanart anime* telah menjadi bagian dari ekonomi budaya global yang dapat menguntungkan dari segi ekonomi, meskipun ada kekhawatiran seputar persoalan yang berkaitan dengan hak cipta.⁸

Hasil Analisis

Jepang memiliki peraturan yang ketat terkait penjualan fanart anime. "*Doujinshi*" merupakan istilah dalam Bahasa Jepang untuk media buatan pengguna seperti karya penggemar dan fiksi penggemar. Sebelum penyebaran komersial *doujinshi*, pemegang hak cipta harus memberikan izin. Selain itu, pemilik hak cipta berhak mendapatkan kompensasi dari penerbit. Undang-undang Hak Cipta Jepang melarang penggunaan karya turunan dalam karya penggemar atau fiksi penggemar yang kemudian diterbitkan secara komersial tanpa izin dari pemilik hak cipta. Namun, hal ini bukan merupakan pelanggaran hak cipta jika *fanart* yang dipermasalahkan dibuat hanya untuk tujuan artistik atau rekreasi.⁹

Contohnya, setiap tahun di Jepang ada konvensi yang dikenal sebagai "Pasar Komik" (Comiket) yang memberikan kesempatan kepada para penggemar manga dan anime untuk memamerkan dan menjual kreasi fanart mereka. Ini termasuk *doujinshi* dan produk. Namun, agar produsen dapat menjual atau memamerkan karyanya selama Comiket mereka harus mendapatkan izin terlebih dahulu dari penyelenggara acara. Selain itu, Comiket memiliki undang-undang ketat yang melarang penjualan produk yang melanggar hak cipta.¹⁰

⁸ Ishida A and Sano K, "The Cultural Economy of Fan Art in Anime Fandoms: Creating and Consuming Fan Art in Online Fan Communities," *International Journal of Cultural Studies* 21, no. 6 (2018): 573-90.

⁹ Hellekson K and Busse K, *Introduction: Work, Fan, Play, Labor. In Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*, McFarland & Company, Inc., Publishers, 2006.

¹⁰ Ishida A, "Copyright Infringement in Japan's 'Otaku' Marketplace: A Study of Fanart Commodity and 'Doujinshi' Culture," *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies* 15, no. 1 (2015), <https://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol15/iss1/3/>.

Adapun Undang-undang Hak Cipta di Jepang yang mengatur bahwasanya tindakan melanggar hak cipta termasuk tindakan menyalin, memperbanyak, mengumumkan, dan memperjualbelikan karya cipta tanpa izin dari pemegang hak cipta dapat dianggap sebagai tindakan pidana dan diancam dengan hukuman denda atau kurungan¹¹.

Selain Jepang, Indonesia sendiri memiliki regulasi khusus mengenai Hak Cipta dan pelanggaran yang termaktub pada Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta atau UUHC. Pada Undang-undang tersebut dijelaskan perihal pelanggaran Hak Cipta yang termaktub dalam pasal :

1. Pasal 2 ayat (1) yang menyatakan bahwa hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak hasil ciptaannya.
2. Pasal 17 ayat (1) yang menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan yang hanya dapat dilakukan oleh pemegang hak cipta, berdasarkan Undang-Undang ini dikenakan sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Pasal 72 ayat (1) yang menyatakan bahwa barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menjual atau memperbanyak ciptaan orang lain yang dilindungi Undang-Undang ini, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Lantas, berdasarkan Pasal-pasal dalam Undang-undang Hak Cipta tersebut apakah *Fanart anime* merupakan suatu bentuk pelanggaran Hak Cipta di Indonesia? Sejatinya, jika merujuk pada Pasal 2 ayat (1) mengenai apa yang dimaksud dengan Hak Cipta, maka *anime* merupakan Hak Cipta.

Akibat dari kepemilikan unsur kreativitas dan orisinalitas, termasuk sebagai dongeng, visual, musik, dan karakter yang diproduksi oleh produsen *anime*, maka *anime* merupakan karya seni yang dilindungi undang-undang hak cipta. Selain itu, karena merupakan produk bisnis kreatif yang banyak diminati konsumen, *anime* memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Oleh karena itu, undang-undang tentang kekayaan intelektual melindungi hak eksklusif produsen anime untuk membuat dan menggunakan karya berhak cipta mereka sendiri. Hal ini memastikan bahwa karya tersebut tidak dapat diambil, digandakan, dipublikasikan, atau disebarluaskan tanpa persetujuan dari pemilik kekayaan intelektual. Studio produksi *anime*, penulis skenario, animator, dan desainer karakter adalah beberapa contoh dari mereka yang mungkin menjadi pemilik hak cipta atas karya mereka.¹²

¹¹ Japan, "Copyright Law of Japan," Pub. L. No. 48 (1970).

¹² Arief M N. and Prasitiwi I, "Legal Aspect of Copyright Infringement on Anime Fansub in Indonesia," *KnE Social Sciences* 3, no. 12 (2018): 57-63, <https://doi.org/10.18502/kss.v3i12.3386>.

Kemudian pada Pasal 17 Ayat (1) dan Pasal 72 Ayat (1) termaktub bahwasanya siapapun yang melakukan pelanggaran hak cipta maka akan dikenakan sanksi administratif dan atau hukum. Perlu diperhatikan pada Pasal 72 Ayat (1) di mana setiap orang yang menjual hasil pelanggaran hak cipta tersebut pun dikenakan sanksi. Hal inilah yang menjadi payung hukum bagi kreator *anime* dari tanggungan usil para pelanggar hak cipta.

Perlu diketahui, walaupun pertama kali dikembangkan di Jepang, *anime* yang beredar di Indonesia kini dilindungi undang-undang berkat disahkannya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Undang-undang ini menetapkan bahwa semua karya berhak cipta, termasuk *anime*, yang dibuat oleh satu orang atau sekelompok orang akan dilindungi tanpa perlu pendaftaran atau pemberitahuan. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hak cipta akan secara otomatis diperluas ke *anime* yang diproduksi oleh pembuatnya, di mana pun produksinya berlangsung, termasuk Jepang.¹³

Selain itu, Undang-undang Hak Cipta mensyaratkan bahwa izin harus diperoleh dari pemilik hak cipta atau organisasi yang mewakilinya sebelum menggunakan suatu ciptaan yang dilindungi oleh hak cipta. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik hak cipta atas *anime* tersebut harus mendapat otorisasi sebelum reproduksi, distribusi, atau pemrosesan *anime* dapat dilakukan di Indonesia. Jika tidak demikian, aktivitas tersebut dianggap melanggar hak cipta, dan dapat dikenakan tindakan hukum.

Melanggar hak cipta seseorang di Indonesia seperti menjual fanart anime tanpa izin atau tanpa izin dari pemilik hak cipta dianggap sebagai tindakan pelanggaran hak cipta. Hal ini terjadi karena fanart anime merupakan bagian dari karya turunan dari karya aslinya, dan pemegang hak cipta atas karya asli tersebut juga tetap memegang kepemilikan hak cipta atas karya turunan tersebut. Oleh karena itu, untuk mendapatkan uang dari fanart anime, Anda harus memiliki izin atau lisensi dari pemilik hak cipta.

Terdapat suatu contoh, pada tahun 2019 terjadi kasus pelanggaran hak cipta fanart anime yang dilakukan oleh sebuah perusahaan Indonesia yang memasarkan produk yang memuat gambar karakter anime tanpa seizin pemilik karakter tersebut. Perusahaan bertanggung jawab untuk menghadapi konsekuensi dan berkewajiban untuk memberikan kompensasi kepada pemilik hak cipta yang terkena dampaknya.

¹³ R Siregar, "Pelanggaran Hak Cipta Pada Anime Dan Manga Di Indonesia (Studi Kasus Di Kalangan Komunitas Manga Dan Anime Di Bandung)," *Jurnal Yuridika* 1, no. 34 (2019): 76-91, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/ydk.v34i1.12936>.

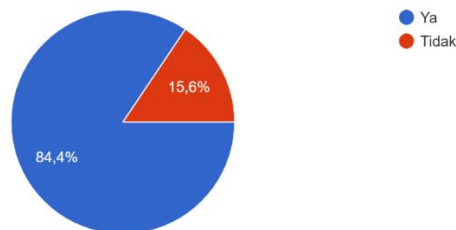
Sehingga dapat diketahui bahwasanya komersialisasi fanart anime tanpa izin pemiliknya dapat merugikan orang yang memiliki hak cipta atas karya aslinya. Hal ini disebabkan pemilik hak cipta tidak menerima royalti atau bentuk imbalan uang lainnya atas penggunaan karyanya. Selain itu, jika kualitas fan art yang dihasilkan rendah, hal ini dapat merugikan citra dan reputasi karya aslinya. Pelanggaran hak kekayaan intelektual melalui anime fanart akibatnya merugikan pihak pemilik hak kekayaan intelektual dan harus dihindari. Hal ini berbeda dengan komersialisasi *fanart* terhadap *idol K-pop* yang telah dibahas sebelumnya, karena sejatinya rumah produksi *anime* memiliki *official merchandisenya* tersendiri yang akan dipasarkan. Jika terdapat komersialisasi *fanart anime* tersebut yang dijual dengan harga yang relatif lebih murah maka akan merugikan rumah produksi dan pencipta *anime* tersebut.

Mengkomersialkan *fanart anime* dalam bentuk *merchandise* tidak resmi melibatkan penggunaan karya asli hak cipta pencipta untuk keuntungan komersial tanpa izin atau lisensi dari pencipta karya asli. Dalam hal ini, tindakan yang melibatkan seni penggemar *anime*, seperti reproduksi, produksi, distribusi, dan penjualan, dapat dianggap sebagai pelanggaran hak cipta.

Oleh karena itu, penting untuk menyadari bahwa Undang-undang Hak Cipta dan perlindungan hak kekayaan intelektual lainnya dimaksudkan untuk melindungi hak pencipta asli dan mempromosikan inovasi. Sebelum menjual *fanart anime* sebagai *merchandise* tidak resmi, perlu mempertimbangkan implikasi hukum dan mendapatkan izin atau lisensi dari pemegang hak cipta asli.

Untuk menunjang penelitian penulis telah mengambil kuisioner dari penggemar *Anime* yang mengetahui *Fanart anime* yang dikomersialisasikan selama satu hari yakni pada tanggal 15 Mei 2023 hingga 16 Mei 2023.

Apakah anda pernah melihat Merchandise Anime berbentuk FanArt?
45 jawaban

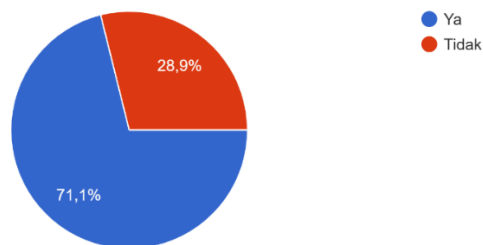


Gambar 1 - Pengetahuan Merchandise Anime berbentuk Fanart

Berdasarkan respon di atas, maka dapat diketahui mayoritas penggemar *anime* mengetahui adanya *Merchandise anime* yang terbuat dari suatu *FanArt*. Namun, apakah hal tersebut melanggar Undang-undang Hak Cipta di Indonesia?

Sayangnya penulis tidak dapat membuktikan jawaban dari responden tersebut merujuk ke arah pelanggaran Hak Cipta di Indonesia secara spesifik atau tidak karena pertanyaan di atas hanyalah pertanyaan dasar akan pengetahuan penggemar *anime* pada sebuah *merchandise* berbentuk *Fanart* dan tidak spesifik.

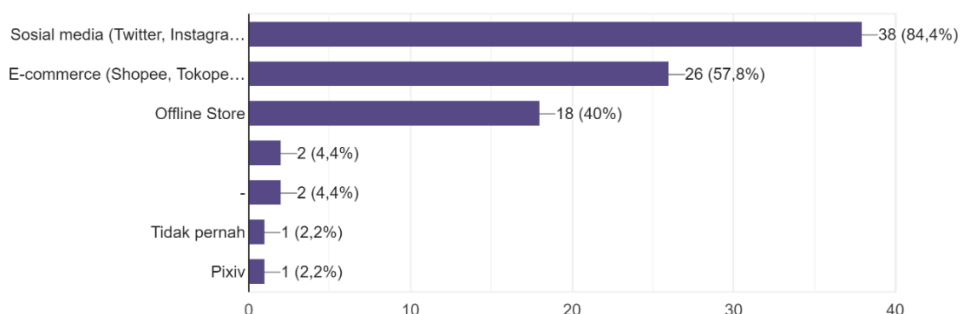
Apakah anda pernah melihat transaksi jual-beli Merchandise Anime berbentuk FanArt?
45 jawaban



Gambar 2 - Pengetahuan penggemar anime terhadap komersialisasi fanart anime berbentuk merchandise

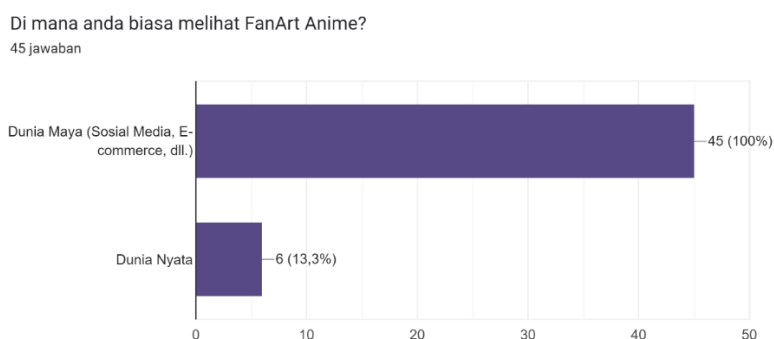
Pada pertanyaan berikutnya, mayoritas penggemar *anime* yang mengisi kuisioner yang telah dibagikan penulis telah melihat transaksi jual-beli *merchandise anime* berbentuk *fanart* itu sendiri. Jika dikaitkan dengan pembahasan sebelumnya, maka dapat diketahui bila responden yang telah melihat transaksi jual-beli *merchandise anime* berbentuk *fanart* tersebut merupakan tindakan melawan hukum berupa pelanggaran hak cipta yang termaktub pada Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta di Indonesia. Sebaliknya, jika tidak maka termasuk ke dalam penikmat seni karya penggemar sebagai rekreasi.

Di mana anda pernah melihat transaksi jual-beli Merchandise Anime berbentuk FanArt?
45 jawaban



Gambar 3 - Pengetahuan terkait tempat komersialisasi fanart anime

Jika melihat grafik di atas, maka dapat diketahui bahwasanya komersialisasi *Merchandise Anime* berbentuk *Fanart* ini lebih umum dijumpai khalayak pada dunia maya seperti sosial media dan *e-commerce* karena memudahkan penjual dan pembeli *Fanart* yang dikomersialisasikan tersebut.



Gambar 4 - Pengetahuan terkait persebaran fanart anime

Jawaban responden pada gambar 3 pun dapat didukung dengan jawaban responden yang tertera pada gambar 4. Dunia maya merupakan wadah yang biasa digunakan para seniman karya seni penggemar tersebut. Penulis beranggapan dengan kemajuan teknologi dan informasi yang melesat serta kemudahan dalam mengakses internet adalah salah satu hal yang menyebabkan dunia maya menjadi zona nyaman bagi seniman karya penggemar.

Dengan demikian, penulis dapat menyimpulkan bahwasanya komersialisasi *Fanart anime* ini telah memasuki ke ranah digital sehingga perlu adanya pengawasan yang lebih ketat dan tersebar di setiap jejaring sosial untuk mengatasi dan atau mencegah terjadinya pelanggaran hak cipta. Mendidik masyarakat umum tentang pentingnya hak kekayaan intelektual, akibat pelanggaran hak kekayaan intelektual, dan bagaimana menghormati hak kekayaan intelektual dengan benar dari karya yang dibuat oleh orang lain adalah salah satu dari banyak strategi yang dapat diterapkan untuk memerangi atau menghindari masalah ini. Selain itu, diwajibkan untuk memantau dan menindak tindakan yang melanggar hak kekayaan intelektual, seperti penjualan barang yang tidak disetujui berdasarkan *fanart* karakter *anime*.

Untuk mengatasi masalah pelanggaran hak cipta secara represif dengan membawanya di bawah yurisdiksi hukum. Dalam konteks perdata pelanggaran hak cipta, upaya penyelesaian dapat ditempuh melalui mediasi, arbitrase, atau litigasi. Berbeda dengan kasus perdata, kasus pidana dapat mengakibatkan hukuman penjara dan/atau denda. Kasus Kementerian Hukum dan HAM memberikan contoh nyata upaya perlindungan hak cipta dalam konteks *anime fanart* di

Indonesia. Diantaranya adalah kasus pelanggaran hak cipta atas merchandise anime tidak resmi yang dijual di pasar tradisional oleh beberapa pemilik usaha.

KESIMPULAN

Pada hakikatnya pembuatan *fanart* pada sebuah *anime* bukanlah suatu tindakan melawan hukum. Termasuk dalam pembuatan *merchandise* berupa *fanart* dari sebuah *anime*. Namun, perlu diketahui bahwasanya dampaknya akan terasa berbeda jika terjadi komersialisasi pada *fanart anime* yang berbentuk *merchandise*. Karena sejatinya *anime* merupakan buah tangan *original* dari sang *creator* resmi dan rumah produksi pada *anime* tersebut yang dapat dikomersialisasikan secara resmi mengingat bahwa merekalah pemegang hak cipta sesungguhnya. Sehingga apabila terjadi komersialisasi *fanart* pada suatu *anime* akan berdampak buruk pada industry hiburan dan 'pelecehan' terhadap hukum hak cipta. Dengan adanya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, maka perbuatan melawan hukum mengenai komersialisasi *fanart anime* tersebut dapat digugat oleh pemilik hak cipta aslinya karena melanggar hukum dan merugikan kreator dan/atau rumah produksi pada *anime* tersebut. Sehingga disarankan sebelum meng-komersialisasi *fanart anime* para pencipta *fanart* wajib meminta izin secara legal kepada kreator resmi *anime* tersebut untuk menghindari pelanggaran hak cipta yang telah disampaikan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Ishida. "Copyright Infringement in Japan's 'Otaku' Marketplace: A Study of Fanart Commodity and 'Doujinshi' Culture." *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies* 15, no. 1 (2015). <https://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol15/iss1/3/>.
- A, Ishida, and Sano K. "The Cultural Economy of Fan Art in Anime Fandoms: Creating and Consuming Fan Art in Online Fan Communities." *International Journal of Cultural Studies* 21, no. 6 (2018): 573–90.
- Benuf, Kornelius, and Muhammad Azhar. "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer." *Jurnal Gema Keadilan* Volume 7 E (n.d.).
- Halimi, Sisila A. "Anime Fanart in Indonesia: A Visual Representation of Young People's Imagination and Creativity." *Journal of Visual Art and Design* 12, no. 1 (2018).
- Japan. Copyright Law of Japan, Pub. L. No. 48 (1970).
- K, Hellekson, and Busse K. *Introduction: Work, Fan, Play, Labor. In Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays. McFarland & Company, Inc., Publishers, 2006.*
- M, Emily. "Fanart as a Form of Participatory Culture: Implications for Art Education." *Visual Arts Research*, 2014.

- Maulana, Rifki Indra. "Pelanggaran Hukum Dalam Industri Animasi Jepang (Studi Kasus: Fansubbing)." 11 Desember, 2018. <http://lipi.go.id/publikasi/pelanggaran-hukum-dalam-industri-animasi-jepang-studi-kasus-fansubbing/26169>.
- N., Arief M, and Prasitiwi I. "Legal Aspect of Copyright Infringement on Anime Fansub in Indonesia." *KnE Social Sciences* 3, no. 12 (2018): 57-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.18502/kss.v3i12.3386>.
- Putri, Karina Widyadhari Argyapalastri Ayanto. "Tinjauan Yuridis Komersialisasi Fanart Idol K-Pop Pada Unofficial Merchandise Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *UnizarLawReview* 4, no. 2 (2021): 12.
- Siregar, R. "Pelanggaran Hak Cipta Pada Anime Dan Manga Di Indonesia (Studi Kasus Di Kalangan Komunitas Manga Dan Anime Di Bandung)." *Jurnal Yuridika* 1, no. 34 (2019): 76-91. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/ydk.v34i1.12936>.
- Suhaimi. "Problem Hukum Dan Pendekatan Dalam Penelitian Hukum Normatif." *Jurnal YUSTITIA* Vol. 19 No (n.d.).