

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL UNTUK DESAINER KOMUNIKASI VISUAL INDONESIA

Oleh
Vicky Feliani Hadiman
NRP 0964118

Indonesia sebagai salah satu negara yang mengembangkan Industri Kreatif telah mengakomodir kebutuhan para pelaku Industri Kreatif di bidang Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Pengetahuan mengenai Hak Kekayaan Intelektual merupakan salah satu hal yang selayaknya dipahami oleh para desainer, namun sampai saat ini hampir tidak ada desainer di Indonesia yang memahami dan mengerti lebih dalam akan hal tersebut.

Maka dari itu, tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai Hak Kekayaan Intelektual kepada para desainer komunikasi visual, sehingga mereka dapat melindungi karya-karya mereka serta mereka memahami batasan yang jelas mengenai pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual pada karya desainer lain.

Metode yang digunakan adalah membuat perancangan kampanye Hak Kekayaan Intelektual melalui media *website*, media sosial, media buku sebagai panduan dan tips praktis yang dapat digunakan oleh desainer untuk melindungi hasil karya mereka. Melalui perancangan kampanye ini, Desainer Komunikasi Visual Indonesia dapat lebih mengetahui, mengerti dan memahami mengenai Hak Kekayaan Intelektual.

Kata Kunci: desainer, hak kekayaan intelektual, Indonesia, kampanye

ABSTRACT

DESIGNING THE INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS CAMPAIGN FOR INDONESIAN VISUAL COMMUNICATION DESIGNERS

Submitted by
Vicky Feliani Hadiman
NRP 0964118

As a country, which is developing the creative industry, Indonesia has accommodated the needs of those in that industry in terms of their intellectual property rights. It is necessary for designers to have knowledge of the intellectual property rights. Unfortunately, until now, hardly any Indonesian designers understand this.

The purpose of this final assignment is to educate visual communication designers of the importance of the intellectual property rights, so that they will be able to protect their creations and understand the violation of other designers' intellectual property rights.

The method is making a design of an intellectual property rights campaign in a website, social media, books providing guidelines and tips which the designers can use to protect their creations. By this design, it is hoped that visual communication designers will have better knowledge and understanding of the intellectual property rights.

Keywords: campaign, designer, Indonesia, intellectual property rights

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	3
1.2.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Teori dari Bidang Ilmu Hukum.....	7
2.1.1 Industri Kreatif.....	7
2.1.1.1 14 Sub-sektor Industri Kreatif.....	7
2.1.2 Hukum Hak Kekayaan Intelektual.....	8
2.2 Teori dari Bidang Keilmuan Desain Komunikasi Visual.....	9
2.2.1 Kampanye.....	9
2.2.2 Tujuan Kampanye.....	10
2.2.3 Komunikasi.....	10
2.3.4 Desain Komunikasi Visual.....	10

BAB III DATA DAN ANALISA MASALAH.....	12
3.1 Data dan Fakta.....	12
3.1.1 Lembaga terkait.....	12
3.1.1.1 Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual	12
3.1.1.1.1 Sejarah perkembangan Sistem Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia.....	12
3.1.1.1.2 Visi dan Misi dari Dirjen HKI Indonesia.....	13
3.1.1.2 Desain Grafis Indonesia.....	14
3.1.2 Data tentang gejala / fenomena yang terjadi.....	14
3.1.2.1 Data dari hasil observasi.....	14
3.1.2.2 Data dari hasil wawancara.....	15
3.1.2.3 Data dari hasil kuisisioner.....	16
3.1.2.3.1 Data dari kuisisioner awal.....	16
3.1.2.3.2 Data dari kuisisioner kedua.....	17
3.1.3 Tinjauan terhadap proyek / persoalan sejenis.....	26
3.2 Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	27
3.2.1 Analisis STP.....	27
3.3.2 Analisa SWOT Kampanye.....	28
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	 29
4.1 Konsep Komunikasi.....	29
4.2 Konsep Kreatif.....	29
4.3 Konsep Media.....	30
4.4 Hasil Karya.....	31
4.4.1 <i>Website</i>	31
4.4.2 Media Sosial.....	32
4.4.3 Buku.....	38
4.4.4 <i>Event</i>	39
 BAB V PENUTUP.....	 41
5.1 KESIMPULAN.....	41

5.2 SARAN.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	6
Gambar 3.1 Logo Dirjen HKI.....	12
Gambar 3.2 Logo DGI.....	14
Gambar 3.3 Diagram Jawaban Kuisisioner Awal.....	16
Gambar 3.4 Diagram Jawaban Kuisisioner Awal 2.....	17
Gambar 3.5 Diagram Jawaban Kuisisioner No.1.....	18
Gambar 3.6 Diagram Jawaban Kuisisioner No.2.....	18
Gambar 3.7 Diagram Jawaban Kuisisioner No.3.....	18
Gambar 3.8 Diagram Jawaban Kuisisioner No.4.....	19
Gambar 3.9 Diagram Jawaban Kuisisioner No.5.....	19
Gambar 3.10 Diagram Jawaban Kuisisioner No.6.....	19
Gambar 3.11 Diagram Jawaban Kuisisioner No.7.....	20
Gambar 3.12 Diagram Jawaban Kuisisioner No.8.....	20
Gambar 3.13 Diagram Jawaban Kuisisioner No.9.....	20
Gambar 3.14 Diagram Jawaban Kuisisioner No.10.....	21
Gambar 3.15 Diagram Jawaban Kuisisioner No.11.....	21
Gambar 3.16 Diagram Jawaban Kuisisioner No.12.....	21
Gambar 3.17 Diagram Jawaban Kuisisioner No.13.....	22
Gambar 3.18 Diagram Jawaban Kuisisioner No.14.....	22
Gambar 3.19 Diagram Jawaban Kuisisioner No.15.....	22
Gambar 3.20 Diagram Jawaban Kuisisioner No.16.....	23
Gambar 3.21 Diagram Jawaban Kuisisioner No.17.....	23
Gambar 3.22 Diagram Jawaban Kuisisioner No.18.....	23
Gambar 3.23 Diagram Jawaban Kuisisioner No.19.....	24
Gambar 3.24 Diagram Jawaban Kuisisioner No.20.....	24
Gambar 3.25 Diagram Jawaban Kuisisioner No.21.....	24
Gambar 3.26 Diagram Jawaban Kuisisioner No.22.....	25
Gambar 3.27 Diagram Jawaban Kuisisioner No.23.....	25
Gambar 3.28 Diagram Jawaban Kuisisioner No.24.....	25

Gambar 3.29 Logo ACID.....	27
Gambar 4.1 <i>Timeline</i> Media.....	31
Gambar 4.2 Tampilan Utama <i>Website</i> DJHKI bagian Hak Cipta, Merek, Desain Industri dan Rahasia Dagang bagi desainer.....	31
Gambar 4.3 Tampilan <i>Website</i> DJHKI bagian <i>E-Tutorial</i>	32
Gambar 4.4 E-Poster (<i>teaser</i>).....	32
Gambar 4.5 E-Poster 1.....	33
Gambar 4.6 E-Poster 2.....	34
Gambar 4.7 E-Poster 3.....	34
Gambar 4.8 E-Poster 4.....	35
Gambar 4.9 E-Poster 5.....	35
Gambar 4.10 E-Poster 6.....	36
Gambar 4.11 E-Poster 7.....	36
Gambar 4.12 E-Poster 8.....	37
Gambar 4.13 Aplikasi E-Poster pada Media Sosial <i>Facebook</i>	37
Gambar 4.14 Aplikasi E-Poster pada Media Sosial <i>Instagram</i>	37
Gambar 4.15 Media Buku.....	38
Gambar 4.16 E-Poster <i>Event</i>	39
Gambar 4.17 <i>Backdrop Event</i>	39
Gambar 4.18 Aplikasi E-Poster <i>Event</i> pada Media Sosial <i>Facebook</i>	40
Gambar 4.19 <i>X-Banner Event</i>	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Rangkuman Wawancara.....	45
A.1	Wawancara dengan Citra Amelia.....	45
A.2	Wawancara dengan Nyoman Natanael.....	46
A.3	Wawancara dengan Irena Vanesa Gunawan Fajarto.....	47
A.4	Wawancara dengan Roy Antonius.....	49
A.7	Wawancara dengan Arman Tjoneng.....	52
Lampiran B	Sketsa.....	54