

The Role of Collective Management Organization for the Economic Rights of the Creator of Jingle of Commercial Advertisement in Indonesia.

By:

Nadia Febrina¹

ABSTRACT

Nowadays, the jingle of commercial advertisement also plays an important role in promoting a product. As the demand about the usage of the jingle of commercial advertisement increases, the author thinks it is necessary to strengthen the copyright protection upon the jingle creator as the original copyright holder, either the new creation or old creation in relation to the royalty payment. Furthermore, the role of Collective Management Organization (“CMO”) to help the jingle creator protecting the economic rights is also important. Therefore, this legal research is aimed to analyze the protection for the jingle creator provided by the Indonesian Copyright Act and also the role of CMO for the jingle creator. Additionally, it purports to find out the dispute settlement mechanism if there is any dispute between CMO and the Jingle Creator.

This thesis is a normative-empirical research, utilizing library research and field research to answer the legal problems. In the library research, the author uses literature review in collecting the data. In the field research, the author interviewed several jingle creators and the representatives from the CMO. The analysis is performed by a qualitative data analysis, resulting in a descriptive and analytical data to obtain the objective of the research.

From the research conducted, the author found out that the copyright protection for the jingle of commercial advertisement is the same with the copyright protection for the song. Furthermore, if the jingle uses the popular song and remake it, it will be considered as an old creation. The author also found out that the role of CMO in helping the jingle of creator to protect their economic rights is to prevent the arbitrary action by the producer/client, in relation with the payment method which is to change the flat payment method to the royalty payment method. At last, the author also found out that the dispute settlement mechanism of the dispute can be conducted into 2 (two) which are litigation and alternative dispute resolution.

Keyword: Protection, Copyright, Jingle, Advertisement, CMO.

¹ International Undergraduate Program, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.

Peranan Lembaga Manajemen Kolektif (LMK) terhadap Hak Ekonomi Pencipta *Jingle* Iklan di Indonesia.

Oleh:

Nadia Febrina²

INTISARI

Dewasa ini, *jingle* iklan juga memiliki peran penting dalam mempromosikan sebuah produk. Dikarenakan permintaan terhadap penggunaan *jingle* iklan meningkat, penulis beranggapan bahwa perlindungan hak cipta terhadap pencipta *jingle* sebagai pemegang hak cipta yang asli harus diperkuat, baik yang merupakan ciptaan baru atau ciptaan lama yang kaitannya dengan pembayaran royalti. Selain itu, peran Lembaga Manajemen Kolektif (“LMK”) dalam membantu pencipta *jingle* melindungi hak ekonominya juga penting. Maka dari itu, penelitian hukum ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan terhadap pencipta *jingle* didasarkan pada Undang-Undang Hak Cipta dan juga peran LMK untuk pencipta *jingle*. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari mekanisme penyelesaian sengketa apabila ada sengketa antara LMK dan Pencipta *Jingle*.

Penelitian ini bersifat normatif-empiris, dengan studi pustaka dan studi lapangan untuk mengumpulkan data. Pada studi pustaka, penulis menggunakan sumber-sumber hukum untuk mendukung pengumpulan data. Dalam penelitian lapangan, penulis mewawancarai beberapa pencipta *jingle* dan perwakilan dari LMK. Analisa pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisa data kualitatif, dengan hasil yang disusun secara deskriptif-analisis untuk mencapai tujuan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hak cipta *jingle* sama dengan perlindungan hak cipta terhadap lagu. Lebih jauh lagi, apabila *jingle* menggunakan lagu populer dan mengaransemennya kembali, maka itu akan dianggap sebagai kreasi lama. Penulis juga menemukan bahwa peran LMK dalam membantu pencipta *jingle* melindungi hak ekonominya adalah untuk mencegah aksi semena-mena oleh produser/klien, yang berkaitan dengan metode pembayaran yakni mengganti metode pembayaran “jual-putus” menjadi pembayaran dengan royalti. Terakhir, penulis juga menemukan bahwa penyelesaian sengketa dapat dilaksanakan dengan 2 (dua) cara yakni litigasi dan alternative penyelesaian sengketa.

Kata Kunci: Perlindungan, Hak Cipta, *Jingle*, Iklan, LMK.

² International Undergraduate Program, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.