

KEPEMILIKAN HUKUM LOGO BISNIS YANG DIHASILKAN OLEH KECERDASAN BUATAN YANG DIDAFTARKAN SEBAGAI MEREK DI INDONESIA

Taruna Prisando¹, OK. Saidin², Robert³

Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara

email: ¹taruna.prisando@gmail.com, ²ok_saidin@yahoo.com, ³robsulai12@gmail.com

Abstract: *The sophistication of artificial intelligence whose benefits are felt by the public, generally business actors, is the ability to produce a logo design that is closely related to business as well as matters relating to the identity and distinguishing marks of an organization, company, legal entity and so on. This type of research is normative legal research, prescriptive in nature. The approaches used are statutory, conceptual and case approaches. The data used is secondary data, which was collected using library study data collection techniques, using document study tools. The data was then analyzed qualitatively and conclusions drawn deductively. The results of the research concluded that a business logo produced by artificial intelligence could be registered as an object of trademark rights, because the object of trademark rights is not determined by the creation process, but rather by the user who is registered for its use. It is recommended that the government be more active in socializing the first to file principle, establishing regulations for registration of artificial intelligence marks, and adding originality provisions to the Trademark Law to prevent abuse of rights in technological developments.*

Keyword: *Artificial Intelligence, Brand Ownership, Logo.*

Abstrak: Kecanggihan kecerdasan buatan yang manfaatnya dirasakan masyarakat, umumnya para pelaku usaha adalah kemampuan untuk menghasilkan sebuah desain logo yang sangat erat kaitannya dengan bisnis serta hal-hal berkaitan dengan identitas maupun tanda pembeda dari suatu organisasi, perusahaan, badan hukum dan sebagainya. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, bersifat preskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan pendekatan kasus. Data yang digunakan adalah data sekunder, yang dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data studi pustaka, dengan alat studi dokumen. Data kemudian dianalisis secara kualitatif dan penarikan kesimpulan secara deduktif. Hasil penelitian disimpulkan bahwa logo bisnis yang dihasilkan kecerdasan buatan dapat saja didaftarkan sebagai objek hak merek, sebab objek hak atas merek tidak ditentukan oleh proses pembuatannya, melainkan oleh pengguna yang didaftarkan atas penggunaannya. Disarankan agar pemerintah lebih aktif menyosialisasikan prinsip first to file, menetapkan regulasi pendaftaran merek hasil kecerdasan buatan, serta menambahkan ketentuan orisinalitas pada UU Merek untuk mencegah penyalahgunaan hak dalam perkembangan teknologi.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, Kepemilikan Merek, Logo

PENDAHULUAN

Globalisasi kini telah menjadi pendorong lahirnya era perkembangan teknologi. Fenomena kecepatan perkembangan teknologi ini telah merebak di seluruh belahan dunia. Bukan

hanya negara maju, negara berkembang juga telah memacu perkembangan teknologi informasi pada masyarakatnya masing-masing, sehingga teknologi mendapatkan kedudukan yang penting bagi kemajuan sebuah bangsa. Keberadaan teknologi saat ini juga telah

tidak hanya mempengaruhi sisi luar dari kehidupan, teknologi juga telah mempengaruhi aspek terpenting dalam kehidupan individu yaitu sisi intelektualitasnya, yang mengarahkan manusia kepada perubahan pola pikir yang lebih modern dengan berbagai macam kemajuan teknologi yang menghadirkan dunia tanpa batas, ruang, dan waktu yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi.

Pesatnya perkembangan teknologi tersebut juga memberikan perubahan di berbagai bidang, baik ekonomi, sosial, budaya, politik, hingga hukum sebagai unsur-unsur penting dalam kerangka kehidupan manusia. Terlebih di era transformasi digital, teknologi telah membuat dunia seolah tampak tanpa batas (*borderless*) dan mengharuskan hukum harus bergerak maju sebagai alat pengatur perilaku masyarakat.

Salah satu hasil dari kemajuan teknologi yang paling mengemuka dalam sepuluh tahun terakhir adalah kecerdasan buatan atau *artificial intelligence*, yang merupakan “suatu inovasi yang dirancang membuat sistem komputer memiliki kemampuan untuk meniru kemampuan manusia. Kecerdasan buatan memungkinkan komputer dapat belajar dari pengalaman, mengidentifikasi pola, mempelajari, dan menyelesaikan tugas-tugas kompleks dengan cepat.” Kecerdasan buatan saat ini menjadi isu hukum yang hangat diperbincangkan oleh para pakar-pakar hukum, karena teknologi kecerdasan buatan mampu menciptakan atau menghasilkan suatu obyek yang dilindungi oleh hukum.

Kecerdasan buatan memiliki kemampuan analisis data yang cepat dan akurat, serta penerapan teknologi seperti pembelajaran mesin (*machine learning*) dan pemrosesan bahasa alami (*natural language processing*), telah mengubah sistem yang sebelumnya beroperasi. Teknologi ini memungkinkan proses menjadi lebih efisien dan efektif, seperti penelitian hukum, penyusunan kontrak, bahkan di Amerika kecerdasan buatan

digunakan oleh profesional untuk menganalisis prediksi putusan pengadilan.

Kecanggihan kecerdasan buatan yang manfaatnya dirasakan Masyarakat, namun menghadirkan tantangan dan peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya bagi hak kekayaan intelektual. Persimpangan antara kecerdasan buatan dan hak kekayaan intelektual menimbulkan pertimbangan hukum, etika, dan kebijakan yang kompleks yang memerlukan tinjauan hati-hati dan adaptasi terhadap kerangka hukum yang ada. Selain itu, penggunaan kecerdasan buatan dalam pembuatan dan pengembangan logo merek menghadirkan tantangan baru dalam menentukan kepemilikan dan orisinalitas dari suatu logo merek yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan.

Logo adalah “huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya.” Masyarakat modern saat ini telah menyadari fungsi dan manfaat logo, dan mengupayakan secara maksimal demi membangun citra identitas yang kuat, karena setiap logo yang dirancang pastinya memiliki makna yang dapat mewakili entitasnya.

Logo apabila dipahami secara awam, maka logo adalah sebuah Gambar atau Seni Lukis. Namun, bila kita memahami bahwa peran Logo sangat erat kaitannya dengan bisnis serta hal-hal berkaitan dengan identitas maupun tanda pembeda dari suatu organisasi, perusahaan, badan hukum dan sebagainya, maka Logo tersebut termasuk suatu kekayaan intelektual yang didaftarkan sebagai sebuah Merek. Apabila dikaitkan dengan pengaturan yang ada pada UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis), telah disebutkan diantaranya pada Pasal 1 angka 1 yang menyebutkan bahwa:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan

warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Selanjutnya, dalam Pasal 2 ayat (3), UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa :

“Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/ atau 3 (tiga) dimerisi, suara, hologram, atau kornbinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

Kehadiran kecerdasan buatan yang mampu membuat logo juga turut menambah perdebatan yang belum terselesaikan. Kepemilikan hukum logo yang dihasilkan kecerdasan buatan yang didaftarkan sebagai merek turut menghadirkan kerumitan baru dalam pengaturan tentang merek yang telah ada. Sebab Saidin mengatakan bahwa: “Ketentuan Pasal 65 UU Hak Cipta yang menyatakan bahwa: “Pencatatan Ciptaan tidak dapat dilakukan terhadap seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum.” Pasal tersebut akan mengundang polemik karena hak cipta memang dibedakan dengan hak merek. Dapat saja produk hak cipta itu kemudian digunakan sebagai merek. Pemegang hak cipta memiliki hak tersendiri atas lukisan berupa logo itu dan pemegang merek memiliki hak merek tersendiri juga sebagai tanda pembeda atas lukisan logo yang digunakannya sebagai merek tersebut. Dapat saja pemegang hak cipta dan pemegang merek adalah subyek hukum yang sama.”

Negara Russia terdapat Studio desain Artemy Lebedev menciptakan sebuah jaringan saraf tiruan yang mampu menjadi desainer logo. Kecerdasan buatan ini dikembangkan oleh sekelompoak ahli komputer yang bekerja secara terpisah di beberapa negara. Kecerdasan buatan tersebut dikenal bernama Nikolay Ironov, yang tercipta dari hasil algoritma pengalaman-pengalaman para desainer logo terkemuka Russia dalam mendesain logo selama bertahun-tahun. Kecerdasan buatan Nikolay Ironov secara efektif mampu melakukan tugas komersial sungguhan, bekerja sepanjang waktu, tidak sakit, namun sambil terus berevolusi, dan memecahkan masalah kreatif dalam hitungan detik.

Secara hukum, logo yang dihasilkan kecerdasan buatan kemudian dapat saja digunakan sebagai merek dan didaftarkan di Indonesia yang menganut sistem pendaftaran merek stelsel konstitutif, dimana dalam sistem ini pendaftar diharuskan untuk mendaftar agar suatu merek bisa mendapatkan perlindungan. Sistem ini dikenal juga dengan sistem *First to File*. Sistem ini bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan merek dan beritikad baik maka dialah yang berhak atas merek tersebut. Hal tersebut memungkinkan logo merek yang dihasilkan kecerdasan buatan melekat pada diri pemegang hak atas merek, padahal faktanya logo tersebut merupakan hasil dari kecerdasan buatan yang juga perlu mendapat perlindungan hukum. Namun demikian, di balik berbagai keuntungan tersebut, hadirnya kecerdasan buatan dalam ekosistem merek menimbulkan kekhawatiran terhadap masa depan konsep perlindungan merek itu sendiri.

Patut disadari bahwa saat ini manusia bukanlah satu-satunya sumber yang dapat menghasilkan sebuah karya kreatif. Walaupun kecerdasan buatan kini banyak memberikan perubahan positif bagi manusia, akan tetapi kemajuan pesat teknologi juga menimbulkan berbagai tantangan baru seperti menimbulkan ketidakpastian hukum. Ketidakpastian

hukum tersebut diantaranya tampak ketika kecerdasan buatan telah menggeser paradigma hubungan manusia dengan ilmu pengetahuan dan seni dalam menciptakan karyanya secara mandiri. Di saat yang bersamaan, kehadiran kecerdasan buatan tidak diiringi dengan kepastian hukum yang jelas sehingga hasil yang berasal dari kecerdasan buatan berpotensi menimbulkan ketidakjelasan dalam pengaturan merek.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif, bersifat preskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan pendekatan kasus. Data yang digunakan adalah data sekunder, yang dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data studi pustaka, dengan alat studi dokumen. Data kemudian dianalisis secara kualitatif dan penarikan kesimpulan secara deduktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep kepemilikan hak atas merek berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Sejarah pengaturan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Indonesia memiliki perjalanan yang unik dan tidak muncul secara tiba-tiba. Hukum ini berkembang seiring dengan kemajuan peradaban manusia. Di Indonesia, hukum HKI bukanlah sesuatu yang asli atau berasal dari budaya lokal, melainkan merupakan warisan dari hukum Kolonial Belanda. Pemerintah Hindia Belanda adalah pihak pertama yang memperkenalkan hukum terkait HKI di Indonesia. Dampak dari hubungan historis ini sangat signifikan, mempengaruhi sistem perundang-undangan dan peradilan Indonesia hingga ke inti substansinya. Materi hukum peninggalan Belanda tidak mudah digantikan oleh peraturan baru pasca

kemerdekaan Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa dalamnya pengaruh hukum kolonial dalam sistem hukum Indonesia.

Undang-undang saat ini yang mengatur perlindungan merek dagang dan merek jasa juga mencakup perlindungan terhadap indikasi geografis, yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam atau faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

Merek memiliki peran yang sangat penting dalam perdagangan. Melalui merek, kita dapat mengidentifikasi asal usul, kualitas, dan jaminan keaslian suatu produk. Sering kali, inilah yang membuat harga sebuah produk menjadi sangat tinggi, bukan karena produk itu sendiri, tetapi karena nilai mereknya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyebutkan bahwa merek yaitu tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan sebagainya) pada barang-barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenalan; cap (tanda) yang menjadi pengenalan untuk menyatakan nama dan sebagainya.

Agung Indriyanto dan Mela mengatakan bahwa “merek kolektif menekankan pada keanggotaan suatu asosiasi atau perkumpulan sebagai pihak yang berhak menggunakan merek tersebut. Asosiasi atau perkumpulan tersebut menentukan seperangkat kriteria penggunaan merek oleh anggotanya seperti ciri umum atau kualitas barang atau jasa.”

Perlu diketahui bahwa merek kolektif tertera dipakai oleh komunitas merek kolektif diartikan serta tidak bisa di lisensikan pada pihak lain sebab kepemilikannya bertabiat kolektif, alhasil apabila terdapat pihak lain yang hendak memakai merek itu, maka tidak butuh mendapat lisensi dari pemilik, merek kolektif, hanya cukup menggabungkan diri. Kepemilikan merek kolektif dimiliki secara kolektif oleh anggota komunitas

atau grup yang terlibat dalam merek tersebut. Hal ini membuat merek kolektif tidak bisa dijual atau dilisensikan kepada pihak lain secara individual. Sebaliknya, jika pihak lain ingin menggunakan merek kolektif tersebut, mereka harus menjadi bagian dari komunitas atau grup tersebut dan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam penggunaan merek kolektif tersebut.

Merek juga berperan dalam mendorong pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat serta menguntungkan semua pihak. *Commercial Advisory Foundation in Indonesia* (CAFI) mengakui bahwa merek dagang memiliki peranan penting dalam ekonomi Indonesia, terutama terkait dengan perkembangan industri dan investasi. Merek memberikan jaminan nilai dan kualitas barang dan jasa yang terkait, bukan hanya untuk produsen atau pemilik merek, tetapi juga sebagai perlindungan dan kepastian mutu bagi konsumen.

Konsep harta kekayaan di Indonesia diatur di dalam KUHPerdara yang meliputi benda (*zaak*) dan hubungan hukum untuk memperoleh benda tersebut dalam bentuk perikatan (*verbinten*). Pasal 499 KUHPerdara menjelaskan bahwa benda adalah meliputi barang (*good*) dan hak (*recht*). Menurut paham undang-undang yang dinamakan kebendaan ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak, yang dapat dikuasai oleh hak milik.

Pemberian perlindungan ini mencerminkan kewajiban negara dalam menegakkan hukum merek. Oleh karena itu, jika terjadi pelanggaran terhadap merek yang terdaftar, pemilik merek berhak mengajukan gugatan ke pengadilan yang berwenang. Perlindungan hukum ini bertujuan untuk mewujudkan keadilan, kepastian, dan kemanfaatan yang merupakan tujuan utama hukum. Dengan adanya perlindungan tersebut, hak-hak pemilik merek yang sah dapat terjamin dan terlindungi, sehingga keadilan bagi masyarakat pun dapat diwujudkan.

Perlindungan merek melalui sistem pendaftaran bertujuan untuk melindungi berbagai kepentingan, termasuk kepentingan pengusaha pemilik merek, konsumen, dan masyarakat secara umum, melalui pencegahan serta penanggulangan terhadap segala bentuk persaingan yang tidak sehat. Sistem ini juga bertujuan untuk mewujudkan keadilan, ketertiban, dan kepastian hukum. Oleh karena itu, apabila pendaftaran merek bertentangan dengan tujuan-tujuan tersebut, perlu diambil langkah-langkah pencegahan. Dalam kerangka hukum positif, pengaturan melalui sistem pendaftaran konstitutif, sebagaimana diatur dalam undang-undang, mampu memberikan kepastian hukum dengan menetapkan hak berdasarkan peraturan perundang-undangan. Di dalam praktiknya, pemilik merek yang telah terdaftar diharapkan memperoleh kepastian hukum dalam hal perlindungan atas hak-haknya.

Berdasarkan uraian diatas, maka konsep kepemilikan hak atas merek berdasarkan UU Merek menganut sistem konstitutif (*first to file*) dimana kepemilikan hak atas merek diakui hanya setelah pendaftaran resmi, memberikan perlindungan yang jelas bagi pemilik merek terdaftar sebagaimana tercermin dalam Pasal 3 UU Merek. Hal ini lebih mengedepankan kepastian hukum dalam perlindungan hak bagi pemilik merek terdaftar, sehingga pemilik merek yang terdaftar memiliki jaminan hukum yang kuat untuk melindungi kepemilikan hak atas merek nya dari pelanggaran, sekaligus menciptakan suasana yang lebih kondusif bagi pertumbuhan bisnis.

Pendaftaran Logo Bisnis Yang Dihasilkan Kecerdasan Buatan Sebagai Objek Hak Merek

Menurut John McCarthy dikutip dalam Sriwanti Belani, John mengemukakan bahwa AI merupakan “Suatu ilmu dan teknik dalam menciptakan mesin yang bersifat cerdas, terutama dalam menciptakan program atau aplikasi komputer cerdas. AI adalah suatu langkah untuk menciptakan

komputer, robot, atau aplikasi atau program yang bekerja secara cerdas, layaknya seperti manusia.”

Pada era 1950-an, teknologi komputer digital telah hadir di dunia. Alan Turing memperkenalkan *Turing Test*, di mana ia menyatakan bahwa jika sebuah mesin dapat membingungkan orang untuk menganggap bahwa mesin tersebut juga manusia, maka mesin tersebut telah berhasil melewati uji kecerdasan. Salah satu cara untuk memahami *Turing Test* adalah dengan berkomunikasi dengan agen lain melalui *keyboard*. Pertanyaan diajukan oleh agen menggunakan teks tertulis, dan jawaban diberikan melalui terminal. Tes ini memberikan cara untuk menilai apakah kecerdasan buatan telah tercapai.

Penerapan metode deep learning dalam AI telah memungkinkan komputer untuk mengenali pola yang kompleks dalam data, bahkan dalam data yang sangat besar. Hal ini telah mendukung perkembangan aplikasi yang cerdas dalam bidang pengenalan wajah, pengenalan suara, dan pemrosesan bahasa alami. Contohnya adalah asisten virtual seperti *Siri*, *Google Assistant*, *Chatgpt voice* dan lainnya yang semakin pintar dalam merespons perintah suara pengguna.

Sebagaimana diuraikan sebelumnya bahwa pengaturan Merek diatur dalam UU No.20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, peraturan ini memberikan perlindungan terkait Merek dan Indikasi Geografis. Merek merupakan bagian dari hukum hak kekayaan intelektual. Pengaturan hak kekayaan intelektual dalam penggunaan kecerdasan buatan saat ini di Indonesia apabila dilihat dari didasarkan pada pedoman standar yang diatur dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 Tentang Etika kecerdasan Artifisial tersebut. pada nomor 6 isi edaran bagian b nomor 9 mengatakan bahwa “penyelenggaraan Kecerdasan Artifisial tunduk pada prinsip perlindungan Hak Kekayaan Intelektual sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan hukum utama yang mengatur perlindungan merek di Indonesia. Undang-undang ini bertujuan untuk melindungi hak eksklusif merek dan memastikan bahwa para pemilik merek dapat melindungi identitas dan reputasi produk atau layanan mereka dari penggunaan merek yang tidak sah atau bertentangan dengan undang-undang. Dalam konteks perkembangan teknologi kecerdasan buatan, pengaturan merek ini memiliki pengaruh yang signifikan dalam kaitannya dengan hak merek sebagai kekayaan intelektual.

Penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam menciptakan logo bisnis semakin memperumit dinamika pengaturan merek. Seiring berjalannya waktu, kecerdasan buatan menjadi semakin mahir dalam menghasilkan logo yang dapat bersaing dengan karya yang diciptakan oleh manusia. Hal ini menimbulkan ambiguitas mengenai merek yang dibuat oleh kecerdasan buatan apakah dapat memperoleh perlindungan hukum. Meskipun teknologi telah maju pesat, pengaturan merek di Indonesia belum sepenuhnya mengikuti perkembangan ini. Ini menciptakan tantangan dalam menentukan siapa yang berhak atas perlindungan merek untuk logo yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan.

Pendaftaran merek di Indonesia yang menganut sistem konstitutif, dimana dalam sistem ini pendaftar diharuskan untuk mendaftar agar suatu merek bisa mendapatkan perlindungan. Sistem ini dikenal juga dengan sistem *First to File*. Sistem ini bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan merek maka dialah yang berhak atas merek tersebut. Walaupun Indonesia menganut pendaftaran merek dengan sistem konstitutif, perlindungan merek yang belum terdaftar di Indonesia tetap akan mendapatkan perlindungan, karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS.

Peran kecerdasan buatan dalam konteks yang dibahas saat ini adalah

untuk mengurangi keterlibatan langsung pengguna. Pengguna sistem kecerdasan buatan hanya perlu melakukan beberapa tugas sederhana seperti menekan tombol, melatih algoritma, dan menyediakan data masukan. Sementara peran manusia dalam konteks ini bersifat mendukung, sistem kecerdasan buatan-lah yang memiliki peran utama dan bertindak secara independen dalam menghasilkan suatu ciptaan, misalnya dalam konteks ini adalah logo bisnis. Dengan kata lain, ciptaan yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan tidak dapat diprediksi oleh manusia karena prosesnya sepenuhnya bergantung pada sistem itu sendiri, bukan pada individu yang mengoperasikannya.

Dalam konteks kecerdasan buatan sebagai pembuat merek logo, teknologi tersebut memiliki kemampuan untuk menghasilkan desain melalui algoritma yang kompleks. Proses tersebut melibatkan analisis data dan penerapan aturan desain tertentu yang telah diprogramkan ke dalam sistem kecerdasan buatan. Meskipun hasil akhir mungkin terlihat seperti karya manusia, ada beberapa perbedaan penting dalam cara logo tersebut dihasilkan oleh kecerdasan buatan, seperti misalnya, kecerdasan buatan dapat bekerja secara sendiri, menciptakan logo tanpa campur tangan manusia langsung dalam proses kreatif, hal ini juga menimbulkan perdebatan tentang siapa yang dianggap sebagai “pencipta” merek logo tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa logo bisnis has yang dihasilkan kecerdasan buatan dapat didaftarkan sebagai objek hak merek, sebab objek hak atas merek tidak ditentukan oleh proses penciptaan, melainkan oleh pengguna yang didaftarkan atas penggunaannya. Meskipun logo dibuat oleh kecerdasan buatan tanpa campur tangan langsung manusia, prinsip hak merek tetap berlaku sepanjang logo bisnis yang dibuat oleh kecerdasan buatan terdapat perbedaan dengan logo lain yang ada sebelumnya serta memenuhi kriteria pendaftaran yang telah ditetapkan, hal ini mencerminkan

kepastian hukum dalam menetapkan bahwa asal-usul dan keunikan suatu logo, baik diciptakan oleh manusia maupun kecerdasan buatan, dapat diakui dan dilindungi sebagai hak eksklusif dalam pengaturan merek di Indonesia.

Kepemilikan Hukum Logo Bisnis Yang Dihasilkan Kecerdasan Buatan Yang Didaftarkan Sebagai Merek Di Indonesia

Dunia merek dagang (*trademark*) turut merasakan dampak dari beragam potensi yang ditawarkan oleh kecerdasan buatan. Penggunaan kecerdasan buatan dalam lingkungan kerja secara umum telah terbukti meningkatkan produktivitas sekaligus mempercepat dan memperluas hasil kerja. Dalam konteks merek dagang, kecerdasan buatan telah digunakan untuk melaksanakan tugas seperti pencarian pembersihan merek dagang (*trademark clearance search*), yang tidak hanya menghemat waktu tetapi juga memungkinkan analisis data merek dagang yang jauh lebih besar. Namun demikian, di balik berbagai keuntungan tersebut, hadirnya kecerdasan buatan dalam ekosistem merek menimbulkan kekhawatiran terhadap masa depan konsep perlindungan merek itu sendiri.

Algoritma kecerdasan buatan telah membuat kemajuan signifikan dalam praktik hukum merek dagang. Sebagaimana yang akan dijelaskan dalam bab sebelumnya ini, daya tarik teknologi ini terletak pada kemampuannya untuk mengikuti arus deras aplikasi merek dagang dan terus bertambahnya jumlah merek dagang terdaftar secara global.

Secara esensial, alasan mengapa teknologi kecerdasan buatan kemungkinan mempengaruhi fungsi hak atas merek adalah karena kecerdasan buatan mampu menghasilkan elemen-elemen merek seperti nama, logo, dan desain secara otomatis, yang menantang konsep penciptaan oleh manusia. Selain itu, kecerdasan buatan dapat digunakan untuk meniru merek yang sudah ada dengan sangat akurat, meningkatkan potensi pelanggaran hak merek. Di sisi

lain, kecerdasan buatan juga dapat mempercepat deteksi pelanggaran merek, membantu penegakan hukum.

Kemajuan teknologi kecerdasan buatan kini telah menjadi bagian integral dari berbagai aspek kehidupan, termasuk seni dan kreativitas. Kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan karya seni, musik, logo, tulisan, dan inovasi lainnya menimbulkan pertanyaan tentang hak cipta dan kepemilikan.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan telah memicu diskusi tentang kepemilikan hukum terhadap karya yang dihasilkan oleh sistem kecerdasan buatan. Salah satu aspek yang menarik perhatian adalah logo bisnis, yang bukan hanya berfungsi sebagai identitas visual perusahaan tetapi juga memiliki nilai ekonomi, nilai budaya, dan nilai hukum yang penting di era bisnis global saat ini. Di Indonesia, regulasi yang berlaku tampak belum sepenuhnya menyelaraskan perlindungan hukum terhadap logo bisnis yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan. Hal ini menimbulkan perdebatan pula dalam menentukan kepemilikan terkait dengan penggunaan dan pendaftaran logo bisnis yang dihasilkan kecerdasan buatan sebagai merek dagang ataupun jasa.

Kekayaan Intelektual merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada individu, kelompok, atau badan hukum untuk menguasai, menggunakan, dan memperoleh manfaat ekonomi dari hasil karya yang dihasilkan. Secara praktis, Kekayaan Intelektual adalah hak milik yang timbul dari proses pemikiran kreatif, yang memberikan manfaat ekonomi yang signifikan kepada banyak orang.

Konsep hak kekayaan intelektual juga memandang bahwa kegunaan diwujudkan dalam berbagai manfaat atas kepemilikan atas suatu hak milik intelektual yang bermanfaat bagi manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Contohnya, hak merek yang bermanfaat untuk membedakan antara barang dan atau jasa sejenis, sehingga sangat membantu

pengusaha dalam memproduksi dan memasarkan merek barang dan atau jasa.

Sistem pendaftaran merek dalam pengaturan merek di Indonesia adalah menggunakan prinsip "*first to file*". Artinya, hak kepemilikan atas merek didapatkan oleh pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut, bukan berdasarkan siapa yang menciptakannya atau menggunakan secara pertama kali. Artinya bahwa meskipun kecerdasan buatan merupakan alat yang digunakan oleh manusia untuk menciptakan merek logo, maka pemilik yang mengendalikan proses kreatif tersebut umumnya dianggap sebagai pemilik hak. Ini sesuai dengan prinsip "*first to file*", di mana orang atau perusahaan yang pertama kali mendaftarkan merek dianggap memiliki hak eksklusif atas merek tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka kepemilikan hukum terhadap logo bisnis yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan yang didaftarkan sebagai merek di Indonesia didapatkan oleh pihak yang pertama kali mendaftarkan logo bisnis tersebut menjadi merek terdaftar. Sebab, hak kepemilikan atas merek diberikan oleh UU Merek bukan berdasarkan siapa yang menciptakannya atau siapa yang menggunakan secara pertama kali, tetapi siapa yang mendaftarkan pertama kali sesuai dengan prinsip "*first to file*", serta tidak melanggar Pasal 20 dan Pasal 21 UU Merek. Sehingga orang atau badan hukum yang pertama kali mendaftarkan merek dianggap memiliki hak eksklusif atas merek tersebut dan mendapat perlindungan hukum.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka terdapat kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Konsep kepemilikan hak atas merek berdasarkan UU Merek menganut sistem konstitutif (*first to file*) dimana kepemilikan hak atas merek diakui hanya setelah pendaftaran resmi

- dengan memberikan perlindungan bagi pemilik merek terdaftar sebagaimana tercermin dalam Pasal 3 UU Merek. Hal ini lebih mengedepankan kepastian hukum dalam perlindungan hak bagi pemilik hak atas merek terdaftar, sehingga pemilik merek yang terdaftar memiliki jaminan hukum yang kuat untuk melindungi kepemilikan hak merek nya dari pelanggaran.
2. Logo bisnis yang dihasilkan kecerdasan buatan dapat saja didaftarkan sebagai objek hak merek, sebab objek hak atas merek tidak ditentukan oleh proses pembuatannya, melainkan oleh penggunaannya, melainkan oleh penggunaannya yang didaftarkan atas penggunaannya. Meskipun logo dihasilkan oleh kecerdasan buatan tanpa campur tangan langsung manusia, prinsip hak merek tetap berlaku sepanjang logo bisnis yang dibuat oleh kecerdasan buatan terdapat perbedaan dengan logo lain yang ada sebelumnya serta memenuhi kriteria pendaftaran merek yang telah ditetapkan.
 3. Kepemilikan hukum terhadap logo bisnis yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan yang didaftarkan sebagai merek di Indonesia didapatkan oleh pihak yang pertama kali mendaftarkan logo bisnis tersebut menjadi merek terdaftar. Sebab, hak kepemilikan atas merek diberikan oleh UU Merek bukan berdasarkan siapa yang membuatnya atau siapa yang menggunakan pertama kali, tetapi siapa yang mendaftarkan pertama kali sesuai dengan prinsip *first to file*, dan sepanjang tidak melanggar Pasal 20 dan Pasal 21 UU Merek. Sehingga orang atau badan hukum yang pertama kali mendaftarkan merek sekalipun yang dihasilkan kecerdasan buatan tetap dianggap memiliki hak eksklusif atas merek tersebut dan mendapat perlindungan hukum.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, (2023). “Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Daring”. diakses dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/logo> tanggal 14 Agustus 2023.
- Belani, Sriwanti. (2023). “Artificial Intelgence Sebuah Inovasi Baru Menjual Produk Membandingkan Keunggulan FB, WA, Instagram, Telegram dan Youtube.” *Lentera: Multidisciplinary Studies* 1.2.
- Bengio, Yoshua. Yann Lecun. dan Geoffrey Hinton. (2021). “Deep learning for AI.” *Communications of the ACM* 64.7.
- Burosu, Avukatlik. (2024). “The Impact of Artificial Intelligence on Trademark Law”. *Gun & Partners*.
- Dewi, Cok Istri Dian Laksmi. (2019). “Sistem Perlindungan Merek Dan Implikasinya”. *Jurnal Yustitia* 13.2.
- Dwisvimiar, Inge. dan Deshinta Elfira. (2024). “Merancang Konsep Standar Pemeriksaan Substantif Merek: Belajar dari Kasus Merek M&G.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 31.1.
- Fazar, Mukti, dkk. (2018). “Itikad Tidak Baik Dalam Pendaftaran Dan Model Penegakan Hukum Merek Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 25. no. 2.
- Gangjee, Dev S. (2022). “A Quotidian Revolution: Artificial Intelligence and Trade Mark Law.” *Research Handbook on Intellectual Property and Artificial Intelligence*. Edward Elgar.
- Hashimy, Sayed Qudrat and Drms Benjamin. (2023). “The Convolution of Artificial Intelligence and Intellectual Property Rights.” *Social Sciences Education eJournal* 6.12.
- Haqqi, Halifa. dan Hasna Wijayanti. (2019). *Revolusi Industri 4.0 di Tengah Society 5.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Indriyanto, Agung dan Irmie Mela. (2017). *Aspek Hukum pendaftaran Merek*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

DAFTAR PUSTAKA

- Khan, Aakib. Prashant Vaishnav. (2024). "Intellectual property law in the era of Artificial intelligence". *International Journal of Law, Policy and Social Review* 6.2.
- Kivi-Koskinen, Anni Sofia. (2023). *At the Intersection of AI and Trademarks: The Impact of AI Technologies in Online Retail Platforms on EU Trademarks*. Tesis: University of Helsinki.
- Maggiore, Massimo. (2018). *Artificial Intelligence, computer generated works and copyright: Non-Conventional Copyright*. Edward Elgar Publishing.
- Mbaezue, Veronica. (2024). *Trademarks In the Wake of Artificial Intelligence (Ai) Masters Thesis*. Tesis: Universität Dresden.
- Nizwana, Yulia. (2022). "Kekayaan Intelektual Komunal dalam Perspektif Teori Hak Milik." *JUDAKUM: Jurnal Dedikasi Hukum* 1.2.
- Oktavira, Bernadetha Aurelia. (2022). "Hukumnya Satu Merek Digunakan Oleh Beberapa Perusahaan", <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukumnya-satu-merek-digunakan-oleh-beberapa-perusahaan-1t52fc909c0c57f> di akses 13 Mei 2022.
- Praha, Surya. (2021). *Hak Kekayaan Intelektual: Perlindungan Folklor Dalam Konteks Hak Kekayaan Komunal Yang Bersifat Sui Generis*. Padang: LPPM Universitas Bung Hatta.
- Ramli, Ahmad M. et.al. (2020). *Hukum Telematika*. Banten: Universitas Terbuka.
- Rozaq, Abdul. (2019). *Artificial Intelligence Untuk Pemula*. Madiun: UNIPMA Press.
- Ryabikova, Viktorya. (2023). "Someone called 'Nikolay Ironov' had been doing cool logos for cafes, barbershops and bloggers all year long. The funny part? 'Nikolai' is actually artificial intelligence!", *Russia Beyond*, (2020), Diakses dalam <https://www.rbth.com/science-and-tech/332370-russian-ai-graphic-designer-fooled> tanggal 14 Agustus 2023.
- Saidin, OK. (2015). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Edy. (2016). "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Melalui Peran Kepabeanaan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan dan Kedaulatan Negara." *Jurnal Rechtsvinding* (5) no.1.
- Sujatmiko, Agung. (2011). "Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek." *Jurnal Media Hukum* 18.2.
- Surden, Harry. (2019). "Artificial intelligence and law: An overview." *Georgia State University Law Review* 35
- Suryamizon, Anggun Lestari. (2017). "Pengaruh Teknologi Terhadap Perkembangan Hukum Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia." *Pagaruyuang Law Journal* 1.1.
- Wendur, Aldo HB, et.all. (2024). "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital Dalam Penggunaan Artificial Intelligence." *Lex Administratum* 12.2.
- Yüksel, Nurullah. et al. (2023). "Review of Artificial Intelligence Applications in Engineering Design Perspective." *Engineering Applications of Artificial Intelligence* 118.