

PERLINDUNGAN HUKUM PRODUK SKINCARE MELALUI PENGGUNAAN MEREK HOLOGRAM: PERSPEKTIF KEKAYAAN INTELEKTUAL

Putu Ayu Intan Widya Permatasari, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: permatasariintan516@gmail.com

Putu Aras Samsithawrati, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
samsithawrati@unud.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yakni untuk mengetahui dan memberikan analisis terhadap fungsi merek, khususnya merek hologram serta pada fungsi merek khususnya pada produk skincare, dalam persepektif kekayaan intelektual dan langkah hukum pendaftaran hukum dengan first to file system yang harus dilakukan untuk melindungi produk skincare dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram dari perspektif kekayaan intelektual. Dalam penelitian memakai metode penelitian hukum yang sifatnya normatif melalui pendekatan undang-undang, secara konseptual, dan juga analitis. Penelitian menunjukkan hasil bahwa fungsi merek, khususnya merek hologram dalam kaitannya dengan produk skincare dalam persepektif kekayaan intelektual ialah guna memberikan perbedaan suatu barang yang diproduksi oleh satu company dengan yang lainnya. Secara khusus, merek hologram memiliki fungsi yang lebih spesifik dimana informasi optik akan membentuk gambar atau pemandangan. Hologram adalah perwujudan dari penyimpanan informasi terbaru. Merujuk pada sistem perlindungan hukum merek adalah first to file system, maka langkah hukum pendaftaran merek adalah wajib guna melindungi produk skincare dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram dari perspektif kekayaan intelektual.

Kata Kunci: Perlindungan hukum, Merek Hologram, Skincare, Kekayaan Intelektual.

ABSTRACT

The purpose of this research is to understand and analyze the functions of brands, especially hologram brands, particularly in the skincare product context, from the perspective of intellectual property and the legal steps involved in the first-to-file registration system to protect skincare products in relation to the use of hologram brands from an intellectual property perspective. The research method used is normative legal research with legislative, conceptual, and analytical approaches. The results of the research indicate that the function of brands, especially hologram brands in connection with skincare products from an intellectual property perspective, is to distinguish goods produced by one company from similar goods produced by other companies. Specifically, hologram brands have a more specific function where optical information forms an image or scene. Holograms represent the latest form of information storage. Referring to the legal protection system for brands, which is the first-to-file system, the legal step of brand registration is mandatory to protect skincare products concerning the use of hologram brands from an intellectual property perspective.

Key Words: Legal Protection, Hologram Brand, Skincare Brand, Intellectual Property.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Kosmetik ialah substansi atau formulasi yang dimaksudkan untuk diterapkan pada bagian eksternal tubuh manusia (seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital luar), termasuk gigi dan mukosa mulut, dengan tujuan utama membersihkan, memberikan aroma, mengubah penampilan, dan/atau meningkatkan bau badan, atau melindungi serta merawat tubuh dalam keadaan yang baik. Manusia membutuhkan produk kosmetik sepanjang hidupnya, dimulai dari masa bayi hingga akhir hayat. Penggunaan produk ini melibatkan aplikasi berulang di seluruh tubuh, sehingga sangat penting untuk memastikan keamanannya.¹ Perhatian terhadap penggunaan kosmetik muncul pada abad ke-19, sementara industri kosmetik mengalami perkembangan signifikan pada abad ke-20. Secara etimologis, istilah "kosmetik" berasal dari bahasa Yunani "kosmetikos" yang artinya keterampilan dalam seni menghias dan mengatur.² Di era saat ini, impian setiap perempuan adalah memiliki kulit wajah yang cerah, putih, bersih, bebas dari jerawat dan flek hitam. Tren ini telah membuat tidak heran jika perempuan maupun laki-laki berusaha dengan sungguh-sungguh untuk menemukan produk perawatan kulit, bahkan ada yang sampai rela melakukan perawatan di klinik kecantikan, semuanya demi mencapai kulit yang cerah, bersih, dan bebas dari kusam.³

Dunia kecantikan telah menjadi hal penting bagi ekspresi diri pribadi, berperan penting dalam membentuk jati diri dan meningkatkan rasa percaya diri. Kecantikan tidak lagi didefinisikan secara sempit tetapi mencakup produk *skincare*, rambut dan riasan, serta rutinitas kecantikan inovatif yang memberikan pengalaman secara menyeluruh kepada konsumen. Dalam konteks ini, peran merek kecantikan menjadi semakin penting. Pentingnya merek kecantikan juga tercermin dari keterlibatan konsumen yang mendalam dalam dunia kecantikan. Media sosial telah menjadi platform utama bagi komunitas kecantikan untuk tumbuh dan berinteraksi. Konsumen tidak hanya menggunakan produk kecantikan, namun juga berpartisipasi aktif dalam berbagi pengalaman, merekomendasikan produk, dan mengikuti tren. Merek kecantikan memainkan peran inti dalam membentuk dan merespons tuntutan yang terus berkembang dalam dunia kecantikan yang bergerak dan terus berubah.

Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*), yang saat ini lebih dikenal dengan Kekayaan Intelektual (lazim disebut dengan "KI") pada padanan bahasa Indonesia diartikan sebagai hak-hak tak berwujud yang timbul dari proses pemikiran intelektual dan kreativitas manusia. Yang dimana dalam mendapatkan suatu KI melibatkan pengorbanan waktu, pemikiran, uang, dan usaha untuk menciptakan sesuatu, dan sebagai imbalan, pencipta atau penemu diberikan perlindungan eksklusif terhadap karya atau penemuannya.⁴ Merek menjadi bagian

¹ Asirah, Soyfan, Andi Muhammad dan Muin, Audyna Mayasari. "Upaya Penegakan Hukum Peredaran Kosmetik Ilegal Melalui E-Commerce Oleh Ppns BBPOM Makassar." *Unes Law Review* Vol. 5, No. 3 (2023) : 1014, doi: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i3>.

² Fauzel, Dian Sera, Dardanila, Miraya dan Tabrani. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Jual Beli Online (E-Commerce)." *Jurnal Kelitbangan* Vol. 11, No.1 (2023) : 3.

³ Putri, Asti Mala dan Apriani, Rani. "Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari BPOM." *Jurnal Justitia* Vol. 9, No. 3 (2022) : 1227, doi: <http://dx.doi.org/10.31604/justitia.v9i3.1227-1233>.

⁴ Narindra, Roro Ayu Intan Kusuma dan Samsithawrati, Putu Aras. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal: Pembangunan Ekonomi Dan Perlindungannya Di Dimensi Internasional." *Jurnal Kertha Desa* Vol. 11, No. 4 (2023): 2256.

dari Hak Milik Perindustrian terhadap kerangka hukum kekayaan intelektual. Merek dalam konvensi internasional diatur dalam Konvensi Paris, *Madrid Agreement*, dan juga secara komprehensif pula diatur dalam *TRIPs Agreement*. Di Indonesia, substansi hukum merek telah disesuaikan dengan standar *TRIPs Agreement*. Secara nasional, hukum mengenai merek diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis. Dalam regulasi ini merek didefinisikan dan termaktub pada Pasal 1 butir 1 dimana menjelaskan bahwa merek menjadi tanda yang tampilannya grafis dengan gambar, kemudian logo, selanjutnya nama, kata maupun huruf atau angka, warna, berbentuk 2 atau 3 dimensi, dengan suara, kemudian hologram, maupun perpaduan dari 2 atau lebih unsur tersebut guna menjadi pembeda suatu barang ataupun jasa yang produksinya dari orang ataupun badan hukum dalam ranah perdagangan.⁵ Bidang merek mengalami perkembangan setiap waktunya, seperti dalam hal perlindungan terhadap time merek baru yang dikenal sebagai Merek nontradisional. Pada regulasi UU No. 20 Tahun 2016, mengatur terkait Merek nontradisional yang diberikan perlindungan dalam lingkungannya seperti Merek suara, Merek tiga dimensi, serta Merek hologram.

Di zaman modern, dunia kecantikan akan terus berkembang. Hal tersebut dapat dilihat dimana saat ini para wanita gemar untuk merawat kulit dengan berbagai produk *skincare*, produk yang digunakan bisa produk lokal ataupun produk luar negeri. Akan tetapi pengaruh perkembangan zaman dapat menyebabkan mudahnya oknum-oknum yang tak bertanggung jawab untuk menduplikatkan produk *skincare* yang terkenal dengan harga yang murah dimana isi atau komposisi dari produk tersebut diganti dengan zat-zat yang tidak diketahui dan tidak diperbolehkan. Sehingga dapat menyebabkan kerusakan pada kulit. Akibatnya perusahaan merek produk tersebut banyak mendapatkan ulasan tidak baik dan banyak mendapatkan tuntutan dari berbagai pihak.

Dahulu produk *skincare* palsu baru dapat diketahui setelah dilakukan pengecekan lab, salah satu kasusnya yaitu laporan kepolisian mengenai kepalsuan produk *skincare* Citra yang ternyata mengandung zat berbahaya dan tidak memiliki izin edar.⁶ Dari kasus tersebut banyak konsumen yang bingung akan perbedaan produk asli dan palsu dikarenakan kemasan produk yang sangat mirip, dan biasanya konsumen memilih untuk membeli produk *skincare* dengan harga lebih murah, tanpa mengetahui keaslian produk. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan *skincare* menambahkan stiker hologram sebagai *security tag* pada kemasan produknya. Namun demikian, pencantuman sekedar stiker hologram saja pada produk tersebut belum menyelesaikan persoalan hukum yang mungkin timbul ke depannya. Oleh karena itu, penting untuk membawa pentingnya stiker hologram tersebut pada dimensi yang lebih memiliki perlindungan hukum lebih yaitu melalui pencatuman merek hologram pada produk *skincare*. Dengan demikian penting untuk mengkaji apa sajakah fungsi merek, khususnya merek hologram pada produk *skincare*, dalam persepektif kekayaan intelektual; serta bagaimanakah langkah hukum yang harus dilakukan untuk melindungi produk *skincare* dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram dari perspektif kekayaan intelektual?

⁵ Dharmawan, Ni Ketut Supasti dkk. *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia* (Denpasar: Swasta Nulus, 2018), 39.

⁶ Pramita Tristiawati. "Hati-Hati, Produk Skincare dan Kosmetik Palsu Banyak Beredar yang Bisa Bikin Kanker Kulit" <https://www.liputan6.com/health/read/5029488/hati-hati-produk-skincare-dan-kosmetik-palsu-banyak-beredar-yang-bisa-bikin-kanker-kulit> . Diakses pada 14 Desember 2022.

Artikel ini memiliki originalitas jika dibandingkan dengan studi terdahulu yang dilakukan oleh: 1) Ansyari Muthia Septarina mengenai yang berfokus "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Pada Merek Berbentuk Hologram" pada kajian ini hanya berfokus dalam perlindungan terhadap merek hologram⁷; dan 2) Almira Mey Theda, Yayan Sopyan, dan Nisrina Mutiara Dewi mengenai "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek *Skin Care Skin1004* Atas Penjualan Produk Kemasan (*Share In Jar*)" yang berfokus terhadap menangani kasus dari penjualan produk berbentuk kemasan dengan memakai merek *Skin1004* yang menjadi norma kosong karena belum ada pengaturan terkait kasus itu⁸. Hal ini karena artikel ini berfokus pada fungsi merek, khususnya merek hologram yang berkaitan dengan produk *skincare* ditinjau dari ranah kekayaan intelektual dan langkah hukum yang harus dilakukan untuk melindungi produk *skincare* dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang dijabarkan, maka rumusan masalah yang akan ada pada penelitian ini yakni :

1. Apa sajakah fungsi merek, khususnya merek hologram pada produk *skincare*, dalam persepektif kekayaan intelektual?
2. Bagaimana langkah hukum yang harus dilakukan untuk melindungi produk *skincare* dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram dari perspektif kekayaan intelektual?

1.3. Tujuan Penulisan

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis fungsi merek, khususnya merek hologram serta pada fungsi merek khususnya pada produk *skincare*, dalam persepektif kekayaan intelektual. Dan juga untuk mengetahui dan menganalisis dan menganalisis langkah hukum yang harus dilakukan untuk melindungi produk *skincare* dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram dari perspektif kekayaan intelektual.

2. Metode Penelitian

Penelitian memakai metode penelitian yuridis normatif dimana penelitian yuridi menjadi digunakan guna melakukan telaan penelitian berdasarkan kepustakaan dengan memakai sumber sekunder seperti undang-undang, putusan dari pengadilan, teori yang relevan, dan pendapat ilmiah ahli⁹. Penelitian memakai bahan hukum berupa bahan hukum primer yakni Undang-Undang Merek serta Indikasi Geografis dan juga konvensi internasional yang berkaitan. Untuk bahan hukum sekunder dipakai dari sumber karya ilmiah maupun jurnal relevan, dan bahan hukum tersier dari internet, majalah, maupun kamus. Pendekatan yang dipakai adalah pendekatan dengan perundang-undangan, secara konseptual, serta analitis.

⁷ Septarina , Ansyari Muthia. "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Pada Merek Berbentuk Hologram." *Jurnal Al'Adl* Vol. XI, No. 2 (2019), doi: 10.31602/al-adl.v11i2.2604.

⁸ Theda, Almira Mey, Sopyan, Yayan, dan Dewi, Nisrina Mutiara "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek *Skin Care Skin1004* Atas Penjualan Produk Kemasan (*Share In Jar*)" *Journal of Legal Research* Vol 2, No. 3 (2020), doi: <https://doi.org/10.15408/jlr.v2i3.18650> .

⁹ Permana, Oktaviano Dian. "Sengketa Tanah Akibat Perbuatan Melawan Hukum (Studi Kasus Putusan Pengadilan Negeri Sukoharjo No. 32/Pdt.G/2007/Pn.Skh)" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), 6.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Fungsi Merek, Khususnya Merek Hologram, Pada Produk *Skincare* dalam Persepektif Kekayaan Intelektual

Skincare merupakan serangkaian produk perawatan yang digunakan di kulit wajah yang berfungsi untuk memperbaiki kulit dan menjaga kesehatan wajah. Produk-produk dari *skincare* ini ada banyak jenisnya dan fungsinya pun berbeda-beda, contohnya seperti: sabun cuci muka, pelembab, *sunscreen*, dan lain-lain. Saat ini banyak merek *skincare* yang belomba-lomba untuk terus mengembangkan produknya agar mereknya bisa terkenal dan banyak digunakan oleh konsumen seluruh dunia. Namun, ketika suatu produk *skincare* menjadi terkenal, akan terdapat oknum-oknum yang membuat tindakan kriminal dengan melakukan peniruan produk *skincare* dan menjualnya dengan harga yang lebih murah.

Pemalsuan barang, yang juga dikenal sebagai *counterfeiting*, adalah tindakan menciptakan suatu produk dengan meniru atau menyalin penampilan fisik produk asli, dengan tujuan membuat konsumen percaya bahwa produk tersebut berasal dari produsen yang sama. Ini mencakup produk yang melakukan pelanggaran merek dagang, hak cipta, peniruan kemasan, label, dan merek, semuanya menjadi aspek dari tindakan pemalsuan.¹⁰ Peniruan produk *skincare* yang biasanya dilakukan yaitu peniruan kemasan yang sama persis dengan produk yang asli namun kandungan isi atau zat yang berbeda sehingga membuat dampak buruk bagi pemakainya. Dari peniruan produk tersebut menjadi suatu permasalahan bagi pemilik merek *skincare*, selain membuat merek tersebut rugi juga berdampak pada investor yang menyebabkan menurunnya minat untuk melakukan investasi, dan juga ulasan kurang baik dari para konsumen. Tak hanya kerugian secara ekonomi, tetapi hak kekayaan intelektual juga dapat dirampas, sehingga dapat menyebabkan reputasi pemegang merek asli hilang.¹¹

Keberadaan suatu merek pada amanat pasal 1 butir 1 UU No. 20 Tahun 2016 mengenai merek memiliki fungsi umum guna menjadi pengenalan produk yang berhubungan dengan pembuatnya sehingga menjadi pembeda antara produk sejenis yang diproduksi antar perusahaan. Selanjutnya, secara khusus, merek hologram memiliki fungsi yang lebih spesifik. Hologram menjadi produk yang berwujud teknologi holografik, terwujud melalui penyatuan 2 sinar cahaya koheren pada skala mikroskopis. Hologram mempunyai fungsi guna menyimpan informasi terkait optik, dimana informasi tersebut bisa melakukan pembentukan gambar maupun pemandangan. Hologram menjadi perwujudan dari penyimpanan informasi terbaru¹². Keunggulan dari hologram yaitu mampu menyimpan informasi, yang berisikan objek dalam wujud 3D. Gambar atau foto yang secara umum pada lensa fotografi, tidak hanya objek-objek tersebut yang terlihat dalam hologram, hal ini terjadi karena hologram tidak beroperasi seperti lensa fotografi yang sederhana. Hologram menggunakan manfaat dari prinsip difraksi serta interferensi dimana menjadi bagian dari suatu fenomena gelombang. Salah satu

¹⁰ Utama, Satria Putra, Sari, Risca Kurnia dan Muhammad, Ahmad Subhan. "Produk Kosmetik Palsu: Minat Pembelian Berdasarkan Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* Vol. 15, No. 2 (2019): 193, doi: 10.32815/jibeka.v15i2.377.

¹¹ Mega. "Tak Hanya sebagai Stiker Biasa, Inilah Manfaat Stiker Hologram sesuai Kebutuhan" <https://snapy.co.id/artikel/manfaat-stiker-hologram> . Diakses pada 15 Desember 2022.

¹² Abdul, Listyorini, Tri, dan Riadi, Aditya Akbar. "3D Hologram Sebagai Media Interaktif Pengenalan Hewan Purbakala Dinosaurius". *Jurnal Prosiding SNATIF Ke-3* (2016): 28.

bentuk hologram adalah stiker hologram, yang termasuk dalam jenis segel dan label untuk produk keamanan,¹³ dimana didalamnya terdapat teknologi pengamanan tingkat tinggi. Stiker hologram pada produk *skincare* ini dapat dipergunakan dalam dimensi yang lebih lanjut yaitu sebagai merek hologram, yang merupakan salah satu merek non tradisional yang dikenal dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek serta Indikasi Geografis, agar dapat memberikan perlindungan hukum yang lebih lanjut dari sisi kekayaan intelektual yang dibahas pada sub bahasan berikutnya.

Pembuatan stiker hologram ini tidak bisa dilakukan dengan mesin cetak konvensional seperti pada stiker umumnya. Proses pencetakan stiker hologram memanfaatkan teknologi laser komputer film, di mana master atau cetaknya terbuat dari baja, menjadikannya cukup mahal dengan kisaran harga 6-8 juta untuk satu desain. Oleh karena itu, penggunaan teknologi ini memberikan tingkat keamanan yang hampir setara dengan perlindungan uang. Dikarenakan memiliki teknologi yang menyerupai identifikasi uang asli namun menggunakan stiker hologram, perusahaan bisa menyisipkan *Hidden Text* (logo produk) atau tanda khusus tertentu sehingga dapat memudahkan untuk mengidentifikasi produk dengan scan barcode yang terdapat pada stiker.¹⁴

Stiker hologram adalah salah satu jenis stiker yang ditempelkan di kemasan produk, yang dimana stiker ini digunakan sebagai tanda resmi dari suatu produk yang menandakan orisinalitas dari suatu produk agar produk tidak mudah untuk dipalsukan.¹⁵ Setiap merek *skincare* memiliki desain stiker yang berbeda-beda. Namun pada umumnya desain stiker hologram memiliki ciri khas yaitu sifat 3D dan mengkilap. Keunggulan dari stiker ini selain menjadi sebuah pengaman juga dapat meningkatkan *image* sebuah produk. Selain merek *skincare*, banyak industri lain juga yang telah menggunakan stiker hologram ini sebagai pengaman seperti: Industri farmasi, elektronik, makanan, perhiasan, otomotif, dan industri lainnya.¹⁶

Penggunaan dari stiker hologram, memiliki banyak fungsi dalam melindungi merek produk *skincare*, berikut adalah beberapa kegunaan dari stiker hologram :

1. Stiker hologram sebagai segel keamanan.

Stiker hologram dapat berfungsi sebagai segel pengaman produk dan sebagai tanda pengenalan dari suatu produk.

2. Perlindungan merek.

Berfungsi sebagai pelindung merek dikarenakan banyak merek - merek terkenal kemungkinan akan terkena pemalsuan, sehingga stiker hologram adalah salah satu jalan untuk melindungi produk secara aman dan nyaman.

3. Untuk Pengemasan dan promosi.

Stiker Hologram dengan desain yang baik dan menarik dapat digunakan sebagai label pengemasan. Selain itu, dapat membuat suatu produk lebih

¹³ Prasetya, Andika. "Hologram Menjadi Media Alternatif Pendidikan di Masa Mendatang" <https://www.kompasiana.com/andikaprasetya17153/6343104e08a8b54e3045b2e2/hologram-menjadi-alternatif-media-pendidikan-di-masa-mendatang>. Diakses pada 20 April 2023

¹⁴ Idrizon. "Teknologi Hologram" <http://pustaka.unp.ac.id/read/artikel/13/teknologi-hologram--html> . Diakses pada 15 Desember 2022.

¹⁵ Mega, loc. cit.

¹⁶ Sastra. "Stiker Hologram Untuk Produk Industri" <https://www.stickerhologram.com/stiker-hologram-produk-industri/>. Diakses pada 16 Desember 2022.

menonjol sehingga menarik konsumen. Stiker hologram ini juga dapat digunakan untuk berbagai jenis *packaging* produk.

4. Meningkatkan nilai merek.

Stiker hologram telah digunakan oleh merek-merek terkemuka dan terkenal seperti Microsoft dan Intel untuk produk-produk mereka. Oleh karena itu, penggunaan stiker hologram memiliki potensi untuk meningkatkan nilai dan citra keseluruhan merek suatu produk.

5. Sebagai media Otentikasi

Stiker hologram juga dapat diterapkan sebagai fungsi identifikasi pada berbagai jenis dokumen, seperti KTP, SIM, kartu kredit, dan lainnya. Karena tiap desain yang berbeda menjadikan stiker ini unik membuatnya sulit untuk diikuti, sehingga dapat mengurangi risiko tindakan penipuan.¹⁷

Stiker hologram yang digunakan sebagai pelindung dan *watermark* merek skincare memiliki banyak jenis dan bentuk, sehingga cara identifikasi setiap jenis pun berbeda-beda. Jenis stiker hologram yang digunakan tiap perusahaan juga berbeda-beda dan untuk mengidentifikasi stiker hologram pada setiap produk biasanya dapat melalui scan QR, kode, dan lainnya. Adapun produk yang hanya menggunakan stiker hologram tanpa melakukan identifikasi, atau bisa dikatakan hanya di gunakan sebagai penanda produk.

Berikut merupakan jenis-jenis dari stiker hologram dan penggunaan pada saat ini :

1. Stiker Hologram standar

Merupakan jenis stiker hologram yang biasanya terdapat pada kemasan yang digunakan tambahan logo merk atau *brand*. Pembuatan stiker ini menggunakan teknik 2D dan 3D.

2. Scratch Hologram

Merupakan jenis stiker hologram yang terdapat kode di stikernya, kemudian cara identifikasinya dapat dilakukan dengan menggosok. Setiap produk memiliki kode yang berbeda-beda. Salah satu contohnya *voucher* pulsa pra bayar.

3. Hot Stamp Hologram

Salah satu jenis stiker hologram yang terdapat pada dokumen resmi, sebagai penanda keaslian dokumen. Contohnya pada dokumen negara (akta kelahiran hingga akta pernikahan).

4. Fabric Hologram

Merupakan stiker hologram yang ditempelkan pada permukaan kain, seperti baju, celana, dan lain-lain. Penggunaan stiker ini tidak meninggalkan bekas pada produk.

5. Colour Hologram

Merupakan stiker hologram yang secara umum memiliki warna silver maupun gold. Selain itu, warna stiker hologram ini dapat disesuaikan dengan keperluan pribadi.

6. Offset Hologram

Merupakan stiker hologram yang dicetak dengan offset printing, sehingga tidak memiliki warna pelangi pada stikernya. Biasanya stiker jenis ini digunakan sebagai hiasan ataupun bonus.

7. Duo Tone Hologram

¹⁷ Digibook. " Stiker Hologram, Percetakan Stiker Label Kemasan Semarang" <https://digibook.id/blog/stiker-hologram-percetakan-stiker-label-kemasan-semarang/> Diakses pada 16 Desember 2022.

Merupakan stiker hologram yang paling banyak digunakan. Karena stiker ini tidak mudah untuk di *copy* atau dipalsukan dan saat melakukan pencetakan biasanya langsung dicetak bayak atau sepaket.¹⁸

Salah satu cara identifikasi stiker hologram pada produk luar negeri yang digunakan saat ini, salah satunya Korea yaitu aplikasi *HiddenTag*. *HiddenTag* menjadi teknologi yang berkembang guna dipakai dengan *watermarking digital* pada seluler. Layanan ini hampir serupa dengan memakai kode QR, tetapi kode dari aplikasi *HiddenTag* ini mampu dalam mendesain kode sesuai dengan merek *skincare* dan memiliki perlindungan yang lebih kuat untuk membawa informasi. Dengan diciptakannya *HiddenTag* melalui *watermarking digital* yang mana menjadi metode guna memasukkan informasi tanpa terlihat mata manusia ini menjadi alternatif dari kode QR guna mengaitkan data tersembunyi dengan materi online yang relevan dengan tujuan periklanan maupun pemasaran. Kecanggihan dari teknologi *watermarking digital* yang lebih ini juga dipakai guna mengautentikasi produk serta sebagai alat untuk menghindari pemalsuan. Proses pembuatan data *HiddenTag* dilakukan dengan menggunakan solusi yang sama dengan QRJOY. Aplikasi *HiddenTag* merupakan aplikasi dengan teknologi yang modern yang dikembangkan untuk memungkinkan pemindaian kode QR.¹⁹

Meskipun sudah terdapat teknologi yang modern seperti *HiddenTag* namun belum semua *brand* lokal yang terdapat di Indonesia mempunyai teknologi aplikasi yang khusus untuk mengidentifikasi produk kosmetiknya. Namun, beberapa merek *skincare* lokal yang ada di Indonesia sudah memiliki *website* tersendiri untuk mengidentifikasi produknya. Hal ini tentu memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri, dimana kekurangannya dapat dilihat dari timbulnya peluang untuk pemalsuan produk. Jika tidak semua perusahaan memiliki pengidentifikasian khusus untuk produknya di *website* maka produk tersebut akan dengan mudah untuk dipalsukan dikarenakan kurangnya pengamanan, maka dari itu pentingnya penggunaan stiker hologram sebagai pengamanan dan pelindung merek.

Jenis stiker yang digunakan oleh produsen *skincare* merek lokal saat ini paling banyak dipakai di negara Indonesia seperti *OR code & scratch* hologram (kode) yang masih dengan mudah untuk dipalsukan melalui perusahaan *digital printing*. Suatu produk yang memiliki *QR code* yang asli akan langsung masuk ke *website* merek itu sendiri dengan poster produk dan nomor BPOM yang menandakan produk tersebut asli. Apabila produk yang dibeli palsu dan terdapat *QR code*, maka jika discan *website* merek tidak akan muncul. Sedangkan pada *scratch* hologram (kode) jika suatu produk dinyatakan asli maka akan muncul poster produk dan nomor BPOM setelah memasukan kode yang diperoleh dari stiker. Namun jika produk yang dibeli palsu maka kode yang dimasukkan tidak akan *valid*.

Di Indonesia sendiri sebenarnya sudah memiliki aplikasi yang serupa dengan *HiddenTag* yaitu *Shieldtag*. Founder dan CEO dari aplikasi *Shieldtag* ini adalah William Japari, yang dimana *Shieldtag* ini memiliki kinerja yang hampir sama seperti *HiddenTag*. *Shieldtag* ini melakukan kerja sama dengan pemilik merek atau perusahaan dengan memakai stiker hologram dengan ukuran 3x1,5 cm yang menggunakan teknologi tujuh lapisan keamanan dan QR code (*ShieldCode*). Yang dimana pada *ShieldCode* kemudian ditutup dengan lapisan gosok (*scratch-off layer*

¹⁸ Digibook, loc. cit.

¹⁹ *HiddenTag*. "About" <https://www.hiddentag.com/nation/indonesia/about.jsp>. Diakses pada 16 Desember 2022.

hologram) untuk melindungi enkripsinya, sehingga dapat dipastikan bahwa produk yang dibeli masih baru.²⁰

Namun dalam penerapannya terdapat beberapa perbedaan sistem cara kerja. Pada *HiddenTag* dalam identifikasi produknya cukup dengan mengscan stiker hologram yang di dalamnya terdapat QR code, dimana stiker hologram yang digunakan memiliki jenis tersendiri, salah satunya hologram label *void*.²¹ Sedangkan pada *Shieldtag* masih menggunakan kombinasi antara *scratch hologram* dengan *QR code*. Selain itu juga, pada *HiddenTag* sudah mampu untuk mendeteksi semua jenis produk baik itu produk kosmetik, baju dan perlengkapan rumah tangga.²² Namun pada *Shieldtag* baru mampu mengidentifikasi produk dengan merek brand tertentu saja.

Dengan adanya teknologi *Shieldtag* di Indonesia yang mana cara kerjanya hampir sama dengan dengan *HiddenTag* maka diharapkan perusahaan Indonesia dapat memanfaatkan teknologi tersebut sebagai keamanan produk yang mereka miliki. Untuk dapat bekerja sama dengan *Shieldtag* maka perusahaan yang memiliki merek produk diharapkan menggunakan stiker hologram dengan tujuan untuk mencegah terjadinya pemalsuan karena apabila suatu produk hanya menggunakan *QR code* saja maka peluang pemalsuannya sangat tinggi. Selain itu, jika suatu perusahaan menggunakan stiker hologram maka perusahaan tersebut dapat mendesain stiker hologramnya dengan ciri khasnya sendiri dengan *QR code* yang berbeda-beda disetiap produk sehingga dapat meminimalisir pemalsuan produk yang mereka miliki dan para konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi barang yang mereka beli serta mengetahui apakah barang yang dibeli palsu atau asli.

3.2. Langkah Hukum Melindungi Produk *Skincare* dalam Kaitannya dengan Penggunaan Merek Hologram dari Perspektif Kekayaan Intelektual

Di era modern ini, KI paten, Hak Cipta dan Merek Terkenal sudah mendapatkan perlindungan.²³ Bahkan, Merek dalam kekayaan intelektual dilindungi dalam *first to file system* yakni suatu merek yang didaftarkan hanya akan diberikan pada pihak paling pertama yang telah melakukan pendaftaran terhadap merek. Berbeda dengan Hak Cipta yang memperoleh perlindungan melalui sistem perlindungan otomatis, di mana pendaftaran terkait ciptaan tidak diperlukan sebelumnya guna memperoleh perlindungan hukum, tetapi hak cipta secara impulsif diberikan saat karya cipta itu diwujudkan dalam bentuk konkret. Yang sementara itu, Merek memerlukan suatu proses pendaftaran agar dapat mendapatkan perlindungan hukum. Meskipun perlindungan Hak Cipta diberikan secara otomatis berdasarkan hukum, tanpa perlu melibatkan adanya proses dari pencatatan maupun pendaftaran, namun dalam konteks merek, mendaftarkan merek menjadi amat

²⁰ Herman. "Teknologi Shieldtag Cegah Peredaran Produk Palsu dan Bajakan" <https://www.beritasatu.com/ekonomi/987909/teknologi-shieldtag-cegah-peredaran-produk-palsu-dan-bajakan> . Diakses pada 16 Desember 2022.

²¹ HiddenTag, loc. cit.

²² HiddenTag, loc. cit.

²³ Dharmawan, N.K.S. , Landra, P.T.C. , Wiryawan I.W. , Bagiastra I.N. , dan Samsithawrati P.A. "Ketentuan Hak Cipta Berkaitan Dengan Pembayaran Royalti Atas Pemanfaatan Ciptaan Lagu Secara Komersial Pada Restoran/Café Di Daerah Pariwisata Jimbaran Bali." *Buletin Udayana Mengabdikan* Vol. 16, No. 1 (2017): 8

penting sebab dengan begitu akan menyediakan bukti formal sebagai dasar hukum untuk perlindungan merek.²⁴

Merek tersebut akan mendapat perlindungan hukum dari Direktorat Jenderal Hal Atas Kekayaan Intelektual. Dengan adanya perlindungan tersebut, produsen yang memiliki hak atas suatu merek atau sejenis akan dilindungi hak-haknya karena telah memproduksi atau menciptakan suatu produk atas ide dan inovasinya²⁵.

Dengan adanya *first to file* diartikan sebagai sistem yang menghadirkan pemberian bagi hak paten untuk pencipta terdaftar pertama untuk invensi baru berdasarkan syarat-syarat yang ditentukan, sedangkan *first to invent* merupakan sistem yang memberikan hak paten bagi pencipta merk sesuai sistem *first to file* agar merek mendapat perlindungan dari DJKI dengan didaftarkan terlebih dahulu.²⁶ Kedua sistem tersebut berhubungan erat karena sesuai dengan sistem *file to invent* pencipta yang memiliki hak paten karena merek menganut *first to file*.

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016, Bab III Pasal 4 memberikan penjelasan rinci tentang proses permohonan pendaftaran merek. Dalam kasus ini, permohonan pendaftaran merek harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, formulir permohonan harus ditulis dalam bahasa Indonesia. Selanjutnya, harus ada informasi seperti tanggal, bulan, dan tahun pengajuan, nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon; jika diajukan melalui kuasa, juga harus melakukan pencantuman nama serta alamat dari pemohon. Selain itu, apabila pendaftaran merek dari permohonan tersebut menggunakan unsur warna, permohonan harus mencantumkan informasi tentang warna tersebut. Apabila ketika pendaftaran, permohonan dilakukan pengajuan melalui hak prioritas, hal ini juga harus mencantumkan nama negara serta tanggal dari permintaan pertama merek. Selain itu, permohonan harus mencakup informasi tentang kelas dari barang dan/atau jenis jasa, maupun penjelasan tentang barang dan/atau jenis jasa itu.

Pada ayat ketiga, tanda tangan merupakan hal yang penting, permohonan harus ditandatangani dari si pemohon maupun kuasa dari pemohon itu. Selain itu, label merek serta bukti dari pembayaran biaya harus disertakan dengan permohonan, dengan biaya permohonan didasarkan kelas dari barang dan jasa. Label yang dilampirkan pada merek suara atau tiga dimensi harus sesuai dengan fitur mereka, seperti notasi dan rekaman suara atau bentuk tiga dimensi. Kemudian pada ayat kedelapan mencantumkan persyaratan tambahan, dan permohonan harus disertai dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang diminta untuk didaftarkan. Peraturan Pemerintah, sesuai dengan ketentuan yang tercantum pada ayat kesembilan, menetapkan rincian lebih lanjut tentang biaya yang terkait dengan permohonan. Oleh karena itu, prosedur pendaftaran merek diatur oleh serangkaian peraturan yang jelas diatur dalam UU tersebut.

Setelah memenuhi segala syarat pada UU No. 20 Tahun 2016, proses pendaftaran merek dapat dilanjutkan dengan melakukan langkah-langkah secara online melalui website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di <https://merek.dgip.go.id/>. Pada platform tersebut, terdapat panduan lengkap mengenai prosedur pendaftaran merek baru, yang dapat diikuti dengan urutan tertentu. Pertama-tama, langkah awal adalah melaksanakan registrasi untuk akun

²⁴ Narindra dan Samsithawrati, Putu Aras. *Op.Cit*, h. 2257

²⁵ Pangestu, Angga Panggih. "Pelaksanaan Prinsip *First To File* Dalam Perlindungan Merek Asing Yoshimura Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Universitas Mataram* (2022): 4

²⁶ Ramadhanty, Nadira dan Wiryawan, I Wayan. "Akibat hukum tidak didaftarkannya merek dagang produk kue kering toko "Madame Patisserie"." *Jurnal Kertha Semaya* Vol. 7, No. 6 (2019): 3

melalui <https://merek.dgip.go.id/>. Kemudian, jika sudah selesai memiliki akun, pemohon dapat memilih opsi tambah guna melakukan pembuatan merek yang baru.

Proses selanjutnya melibatkan pemesanan kode *billing* melalui pengisian informasi mengenai tipe, jenis, serta pilihan kelas merek. Kode *billing* tersebut dapat diperoleh melalui <http://simpaki.dgip.go.id/>. Jika sudah memperoleh kode *billing*, langkah berikutnya adalah membayar berdasarkan jumlah tagihan yang muncul di aplikasi SIMPAKI. Setelah pembayaran berhasil, pemohon dapat melanjutkan dengan mengisi formulir yang tersedia di <https://merek.dgip.go.id/> pada bagian "Permohonan Online", sambil memasukkan kode *billing* yang telah dibayarkan. Selanjutnya, pemohon diminta untuk mengunggah data dukung yang diperlukan untuk pengajuan merek. Setelah memastikan bahwa semua data dan formulir yang diunggah sudah benar, pemohon dapat mencetak *draft* tanda terima sebagai bukti pendaftaran. Langkah terakhir adalah mengklik tanda selesai pada *website*, menandakan bahwa proses pendaftaran merek secara online telah selesai dilaksanakan. Dengan demikian, DJKI memberikan sarana efisien dan terstruktur bagi pemohon untuk melakukan pendaftaran merek secara elektronik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.²⁷

4. Kesimpulan

Fungsi merek, terutama merek hologram, dalam industri *skincare* memiliki peran penting dalam melindungi produk dari pemalsuan dan meningkatkan citra merek. *Skincare* sebagai produk perawatan kulit terus berkembang, namun dengan popularitasnya juga datang risiko pemalsuan yang dapat merugikan pemilik merek secara finansial dan merugikan konsumen. Merek hologram, dengan keunggulan dalam menyimpan informasi dan ciri khas sulit dipalsukan, fungsi merek, khususnya merek hologram dalam kaitannya dengan produk *skincare* dalam persepektif KI ialah guna membedakan atau menjadi pembeda suatu barang atau benda yang diproduksi sebuah *company* dengan *company* lainnya yang sejenis. Secara khusus, merek hologram memiliki fungsi yang lebih spesifik dimana informasi optik akan membentuk gambar atau pemandangan. Hologram adalah perwujudan dari penyimpanan informasi terbaru. Merujuk pada sistem perlindungan hukum merek adalah *first to file system*, maka langkah hukum pendaftaran merek adalah wajib guna melindungi produk *skincare* dalam kaitannya dengan penggunaan merek hologram dari perspektif KI.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Dharmawan, Supasti dkk. *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*. Denpasar : Swasta Nulus, 2018.

JURNAL

Abdul, Listyorini, Tri, dan Aditya Akbar Riadi. "3D hologram sebagai media interaktif pengenalan hewan purbakala dinosaurus". *Prosiding SNATIF Ke-3* (2016): 25-32.
Asirah, Soyfan, Andi Muhammad dan Muin, Audyna Mayasari. " Upaya Penegakan Hukum Peredaran Kosmetik Ilegal Melalui E-Commerce Oleh Ppns BBPOM

²⁷ Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. "Merek" <https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>. Diakses pada 20 April 2023.

- Makassar." *Unes Law Review* Vol. 5, No. 3 (2023): 1013-1033. doi: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i3>.
- Dharmawan, N.K.S., P.T.C. Landra, I.W. Wiryawan, I .N. Bagiastra, P.A. Samsithawrati. "Ketentuan Hak Cipta Berkaitan Dengan Pembayaran Royalti Atas Pemanfaatan Ciptaan Lagu Secara Komersial Pada Restoran/Café Di Daerah Pariwisata Jimbaran Bali." *Buletin Udayana Mengabdi* Vol. 16 No. 1 (2017): 7-13.
- Fauzel, Dian Sera, Dardanila, Miraya dan Tabrani. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Jual Beli Online (E-Commerce)." *Jurnal Kelitbangan* Vol. 11, No.1 (2023) : 1-14.
- Narindra, Roro Ayu Intan Kusuma dan Putu Aras Samsithawrati. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal: Pembangunan Ekonomi Dan Perlindungannya Di Dimensi Internasional." *Jurnal Kertha Desa* Vol. 11, No. 4 (2023): 2255-2267.
- Pangestu, Angga Panggih. "Pelaksanaan Prinsip *First To File* Dalam Perlindungan Merek Asing Yoshimura Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum, Universitas Mataram* (2022): 1-13
- Putri, Asti Mala dan Apriani, Rani. "Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari BPOM." *Jurnal Justitia* Vol. 9, No. 3 (2022): 1227-1233. doi: <http://dx.doi.org/10.31604/justitia.v9i3.1227-1233>.
- Ramadhanty, Nadira dan I Wayan Wiryawan. "Akibat hukum tidak didaftarkanya merek dagang produk kue kering toko "Madame Patisserie"." *Jurnal Kertha Semaya* Vol 7, No 6. (2019): 1-15.
- Septarina, Ansyari Muthia. " Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Pada Merek Berbentuk Hologram." *Jurnal Al'Adl* Vol. XI, No. 2 (1019): 217-226. doi: 10.31602/al-adl.v11i2.2604
- Theda, Almira Mey, Yayan Sopyan, dan Nisrina Mutiara Dewi. "Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Skin Care Skin1004 Atas Penjualan Produk Kemasan (Share In Jar)." *Journal of Legal Research* Vol 2, No. 3 (2020). doi: <https://doi.org/10.15408/jlr.v2i3.18650>.
- Talopod, Rista Veronica. "Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Skincare dan Kosmetik the Body Shop Manado Town Square". *Productivity* Vol. 1, No. 3 (2020): 251-255.
- Utama, Satria Putra, Risca Kurnia Sari dan Ahmad Subhan Muhammad. "Produk Kosmetik Palsu: Minat Pembelian Berdasarkan Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi." *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol 15, No. 2 (2019): 191-199. doi: 10.32815/jibeka.v15i2.377.

SKRIPSI

- Permana, Oktaviano Dian. 2017. "Sengketa Tanah Akibat Perbuatan Melawan Hukum (Studi Kasus Putusan Pengadilan Negeri Sukoharjo No. 32/Pdt.G/2007/Pn.Skh)". Skripsi. Fakultas Hukum. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta.

INTERNET

- Andika Prasetya. "Hologram Menjadi Media Alternatif Pendidikan di Masa Mendatang"<https://www.kompasiana.com/andikaprasetya17153/6343104e08a8b54e3045b2e2/hologram-menjadi-alternatif-media-pendidikan-di-masa-mendatang>. Diakses pada 20 April 2023

- Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. "Merek" <https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>. Diakses pada 20 April 2023.
- Digibook. "Stiker Hologram, Percetakan Stiker Label Kemasan Semarang" <https://digibook.id/blog/stiker-hologram-percetakan-stiker-label-kemasan-semarang/>. Diakses pada 16 Desember 2022.
- Herman. "Teknologi Shieldtag Cegah Peredaran Produk Palsu dan Bajakan" <https://www.beritasatu.com/ekonomi/987909/teknologi-shieldtag-cegah-peredaran-produk-palsu-dan-bajakan>. Diakses pada 16 Desember 2022.
- HiddenTag. "About" <https://www.hiddentag.com/nation/indonesia/about.jsp>. Diakses pada 16 Desember 2022.
- Idrizon. "Teknologi Hologram" <http://pustaka.unp.ac.id/read/artikel/13/teknologi-hologram-.html>. Diakses pada 15 Desember 2022.
- Pramita Tristiawati. "Hati-Hati, Produk Skincare dan Kosmetik Palsu Banyak Beredar yang Bisa Bikin Kanker Kulit" <https://www.liputan6.com/health/read/5029488/hati-hati-produk-skincare-dan-kosmetik-palsu-banyak-beredar-yang-bisa-bikin-kanker-kulit>. Diakses pada 14 Desember 2022.
- Sastra. "Stiker Hologram Untuk Produk Industri" <https://www.stickerhologram.com/stiker-hologram-produk-industri/>. Diakses pada 16 Desember 2022.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANG

- Republik Indonesia. 2016. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara RI Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran RI Nomor 5953. Pemerintah Pusat. Jakarta.