

Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Masalah Komunikasi

Ignatius Haryanto

Abstrak/Abstract

Tulisan ini hendak mengajak para sarjana dan peneliti komunikasi memberikan perhatian pada masalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang bisa menjadi salah satu aspek penelitian dalam dunia ilmu komunikasi. Paling tidak ada lima perspektif yang akan ditunjukkan di sini untuk melihat problematika HKI sebagai bagian dari kajian komunikasi: yaitu perspektif ekonomi politik komunikasi, perspektif komunikasi internasional, perspektif komunikasi sebagai bagian dari hak budaya, perspektif terkait dengan perkembangan masyarakat informasi, dan perspektif yang melihat perkembangan media baru. Tulisan ini juga menyarankan pendekatan multidisipliner yang lebih banyak dalam melihat berbagai fenomena komunikasi, karena pada awalnya komunikasi juga berutang pada disiplin ilmu lain seperti psikologi, politik, persuasi, retorika, dll.

The article aims to draw the attention of communication scholars and researchers to Intellectual Property as one of research subjects in the contemporary communication science. At least this article points out five communication perspectives to observe the matters of Intellectual Property as part of communication analysis. They are political economy of communication; international communication; communication as part of cultural rights; development of information society, and new media development. This article also suggests the use of more multidisciplinary approaches to analyze many communication phenomena, since at the beginning communication studies owed to other disciplines like psychology, politics, persuasion, rhetorics etc.

Kata kunci/Keywords:

Intellectual Property Rights, ekonomi politik komunikasi, komunikasi internasional, masyarakat informasi, media baru

Intellectual Property Rights, political economy of communication, international communication, information society, new media

*Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara (UMN),
Gading Serpong, Tangerang 15811*

ignh@yahoo.com

Pendahuluan

Ilmu Komunikasi secara umum membicarakan proses pengiriman pesan mulai dari analisis terhadap pengirim pesan, analisis terhadap pesan, dan analisis terhadap medium yang dipergunakan, hingga analisis pada *feedback*. Jarang pendekatan dilakukan untuk menganalisis nilai yang terkait dengan konten, dalam hal ini adalah masalah Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat dengan HKI), khususnya yang menyangkut masalah *copyright*, dimana seluruh proses pengiriman pesan diberi nilai ekonomis dan untuk itu menghasilkan suatu relasi sendiri antara mereka yang berkomunikasi di dalamnya, atau dalam istilah Hamelink (2003:18) HKI sebagai “*material interest of works of culture*”.

Mungkin selama ini banyak orang berpikir bahwa HKI adalah masalah yang terkait dengan dunia hukum semata. Tak mungkin membayangkan bahwa HKI juga bisa diteropong sebagai salah satu masalah dalam ranah komunikasi, khususnya jika kita melihat dalam perspektif ekonomi politik media, dan juga masalah

komunikasi internasional, komunikasi sebagai bagian dari hak budaya, HKI sebagai bagian dari perkembangan masyarakat informasi, serta HKI dalam konteks perkembangan media baru.

Tulisan ini hendak memaparkan bahwa dunia komunikasi perlu memberikan perhatian pada masalah HKI yang bisa menjadi salah satu aspek penelitian dalam dunia komunikasi. Paling tidak lima perspektif yang akan ditunjukkan di sini untuk melihat problematika HKI sebagai bagian dari kajian komunikasi. Pertama, perspektif ekonomi politik komunikasi sebagaimana disampaikan oleh Vincent Mosco. Kedua, perspektif komunikasi internasional yang diajukan oleh Daya Kishan Thussu. Ketiga, perspektif komunikasi sebagai bagian dari hak budaya sebagaimana disampaikan oleh Cees Hamelink. Keempat, perspektif terkait dengan perkembangan masyarakat informasi. Kelima, perspektif yang melihat perkembangan media baru. Dari lima perspektif yang diajukan di sini, di mana persisnya HKI menjadi relevan bagi kajian ilmu komunikasi.

Khusus tentang hal yang terakhir dapat dikatakan bahwa saat ini komunikasi dan media tak lagi bersifat konvensional, satu arah, menganalisis konsumen media yang pasif dan pesan hanya bergerak dalam satu platform media saja. Sebaliknya, dengan kemungkinan adanya *multiplatform* media, konsumen media yang aktif dan menganut budaya berbagi. Di sini muncul pertanyaan krusial: apakah HKI masih relevan dibicarakan dalam konteks komunikasi digital seperti saat ini?

Perspektif Mengenai HKI

Sebelum menjelaskan lebih jauh tentang kaitan masalah HKI dan komunikasi serta media, maka di bawah ini dijabarkan serba ringkas tentang apakah itu Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Catherine Colston, seorang guru besar hukum asal Universitas Strathclyde, Inggris, memberikan definisi sebagai berikut (Colston, 1999:1):

"Hak kekayaan intelektual adalah segala yang berkaitan dengan hasil kreativitas manusia. Subyek masalah ini dibentuk dari ide baru yang ditemukan oleh manusia. Ide baru bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk sejauh pikiran manusia bisa menghasilkannya. Aplikasinya pada kebutuhan manusia dan keinginan manusia, bisa menjadi sesuatu yang berguna bagi perkembangan kemanusiaan. Ide-ide baru tersebut bisa terwujud dalam benda-benda seperti buku, musik, seni, atau dalam bentuk mesin teknis, atau mesin proses, bisa juga berbentuk suatu obyek yang dipergunakan dalam rumah tangga ataupun dalam kepentingan industri komersil, atau dalam bentuk sumber informasi lainnya. Daftar ini tidak terbatas, sebagaimana potensi yang dapat ditemukan sebagai wadah

ekspresi baru. Sekali penemuan tersebut diaplikasikan pada kebutuhan manusia, nilai ide berkembang luas mulai dari yang bersifat komersil dan industrial hingga pada dunia sastra, seni, dan desain, yang menyumbang pada perkembangan teknologi, ekonomi, sosial dan kebudayaan."¹

HKI pada pengertian awalnya mencakup dua konsep besar: konsep hak cipta (*copyright*) dan hak paten (*patent*) yang keduanya diatur secara terpisah, tapi keduanya tetap merupakan bagian dari HKI bersama dengan beberapa peraturan lain yang menyusul (rahasia dagang, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, indikasi geografis, merek). Merujuk pendapat Goldstein (1997:10-11), kata "intelektual" dalam HKI di sini menunjuk pada satu ciri yang khas bahwa hak cipta melindungi hasil-hasil kecerdasan, pikiran dan ungkapan renungan manusia yang mungkin menjelma pada suatu hari dalam halaman-halaman sebuah buku dan kemudian dalam sebuah lagu atau sebuah film, sementara itu hak paten mencakup tentang temuan dan teknologi, kerja yang dikerahkan untuk menciptakan barang-barang baru, apakah itu traktor, obat-obatan atau alat pembuka kaleng listrik.

Asumsi utama dari penjelasan ini adalah bahwa "hak cipta pada umumnya berkenaan dengan uang", dan "untuk merancang, mewujudkan, memperbanyak dan memasarkan suatu karya cipta diperlukan uang dalam jumlah besar... Pemegang hak cipta biasanya mengharapkan uang yang telah ditanamkannya dalam suatu karya cipta akan kembali, dalam bentuk pendapat yang berhak diterimanya berkat hak cipta tersebut..." (Goldstein, 1997:7-8).

Sementara itu, Bettig (1992:149-150) melihat masalah HKI dari perspektif yang berbeda. Menurut Bettig, konsep HKI barulah dibicarakan orang pada masa setelah penemuan mesin cetak dan merebaknya kapitalisme dalam dunia tulis menulis. Sebelum masa ini sebenarnya yang namanya pengetahuan ataupun cerita menjadi milik kerumunan orang, tak jelas siapa yang

¹"*Intellectual property is all about the result of human creativity. Its subject matter is formed by new ideas generated by man. New ideas may be applied in as many ways as the human mind can conceive. Their application to human needs and desires can be of considerable benefit to mankind. New ideas can be embodied in familiar things such as books, music and art, in technical machinery and processes, in designs for household objects and for commercial ventures, and in all other sources of information. The list is infinite, as is the potential for discovery of new means of expression. Once applied to human needs, the value of ideas ranges from the industrial and commercial to the world of literature, art and design, contributing to technological, economic, social and cultural progress...*"

pertama kali mengungkapkan cerita atau pengetahuan tertentu. Konsep hak cipta adalah se-bentuk hak ekonomi dari kapital (*copyright as an economic right of capital*), dan bergabungnya elemen dari hak moral dan alami dari pengarang ke dalam konsep hak cipta menjadi kabur atau tidak jelas untuk membedakan kepentingan si pengarang dan penerbitnya. Menggunakan pendekatan analisis kelas untuk melihat hubungan antara media massa ataupun pemilik hak cipta dengan mereka yang sesungguhnya menjadi pencipta seni ataupun tulisan, akan membuat perbedaan kepentingan ini menjadi sangat jelas².

Agak paralel dengan dua pandangan yang berbeda di atas (yang melihat HKI sebagai potensi ekonomi, dan yang melihat HKI secara kritis dalam konteks perkembangan kapitalisme), di Indonesia pun saat ini setidaknya ada dua perspektif yang berkembang dalam melihat masalah HKI dan keterlibatan Indonesia dalam penegakan masalah HKI dalam kaitan dengan perdagangan global.

Perspektif pertama melihat masalah HKI sebagai bagian dari perjanjian internasional di mana Indonesia masuk di dalamnya (dalam hal ini adalah perjanjian WTO – *World Trade Organisation*),³ sehingga Indonesia harus melakukan *structural adjustment* (penyesuaian struktural untuk mengikuti dengan skema yang diatur dalam kesepakatan dunia – dalam hal ini adalah WTO – tersebut). Dalam perspektif ini tidaklah dipersoalkan, apakah posisi Indonesia setara dengan negara-negara maju lain. Ada anggapan bahwa posisi Indonesia dengan negara-negara maju itu sama, setara, dan karena itu Indonesia dianggap bisa bersaing langsung dengan negara-negara maju tersebut.⁴ Paham ini juga menganggap bahwa dengan memperbesar atau memperbanyak jumlah kepemilikan HKI untuk Indonesia itu sama dengan memproteksi lingkungan alam dan sosial budaya Indonesia

²Untuk artikel lain yang memberikan perspektif berbeda tentang sejarah hak cipta juga bisa melihat pada Hamelink (1993).

³WTO adalah kelembagaan perdagangan dunia yang mengikat para anggotanya di seluruh dunia. Indonesia masuk dalam WTO pada tahun 1994 dan disahkan dengan UU nomor 7 tahun 1994. Lebih jauh tentang WTO dan pro kontra terhadap kelembagaan dunia ini, dijelaskan di bagian lain tulisan ini.

⁴Pandangan ini banyak berkembang, terutama ketika terjadi economic boom di wilayah Asia Tenggara, dan sejumlah negara di Asia Tenggara ini, seperti Singapura, Malaysia, Indonesia dan Thailand, oleh banyak pengamat disebut sebagai macan ekonomi baru pada dekade 1990-an. Istilah macan ekonomi ini menunjuk pada perkembangan ekonomi di Asia Tenggara yang mengikuti perkembangan ekonomi di negara Asia Timur. Secara umum, Bank Dunia dalam laporannya tahun 1993 menyebut negara-negara di Asia Timur dan Asia Tenggara ini sebagai 'Keajaiban Asia' (*The Asian Miracle*).

yang penuh dengan potensi HKI (dalam hal ini adalah spesies tanaman dan binatang yang sangat kaya, dan warisan benda-benda tradisional lain). Singkatnya pendekatan ini lebih menekankan pendekatan yang legalistik formal. Indonesia telah ikut ratifikasi dalam berbagai perjanjian internasional dan untuk itu Indonesia harus patuh dengan ketentuan yang telah diatur di dalamnya.

Perspektif ini juga percaya bahwa integrasi hukum Indonesia dengan hukum internasional – ditandai dengan kembalinya Indonesia masuk dalam Konvensi Bern pada tahun 1997 – dinilai sebagai upaya bagus untuk menyelaraskan Indonesia dalam standar hukum internasional. Kemudian berbagai produk hukum pada tahun 1997 juga dinilai merupakan konsekuensi dari Indonesia taat pada peraturan internasional tersebut.⁵ Tetapi yang tak banyak dibahas selama ini, terutama oleh para penulis Indonesia, adalah proses serta pergumulan yang terjadi di balik masuknya kembali Indonesia dalam konvensi Bern tersebut dan juga pembahasan tentang untung ruginya Indonesia masuk dalam kesepakatan internasional tersebut.

Hal ini menjadi sangat jelas jika kita melihat penjelasan atas UU no.7/1994 yaitu Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), yang mengemukakan pernyataan:

"Dalam kerangka hubungan ekonomi dan perdagangan internasional, keberhasilan Indonesia meningkatkan ekspor dan pembangunan nasional juga akan tergantung pada perkembangan tatanan ekonomi dunia serta kemantapan sistem perdagangan internasional di samping kemampuan penyesuaian ekonomi nasional terhadap perkembangan yang ada ... tatanan dimaksud adalah *General Agreement on Tariff and Trade/GATT*"

Manfaat dari keikutsertaan Indonesia dalam persetujuan tersebut pada dasarnya bukan saja memungkinkan terbukanya peluang pasar internasional yang lebih luas, tetapi juga menyediakan kerangka perlindungan multilateral yang lebih baik bagi kepentingan nasional dalam perdagangan internasional, khususnya dalam menghadapi mitra dagang..."

"Dari segi tujuan, GATT dimaksudkan sebagai upaya untuk memperjuangkan terciptanya perdagangan bebas, adil dan menstabilkan sistem perdagangan internasional, dan memperjuangkan penurunan tarif bea masuk serta meniadakan hambatan-hambatan perdagangan lainnya".

Pandangan kedua atas HKI yang berkembang di Indonesia, mengambil posisi yang sangat ber-

⁵Misalnya saja lihat tulisan Purba (2000). Penulis artikel ini adalah mantan Direktur Jendral HKI pada Departemen Hukum dan Perundang-undangan RI.

lawanan dengan pandangan yang pertama tadi. Pandangan kedua ini menganggap bahwa perjanjian internasional yang mengatur soal HKI ini (dalam hal ini adalah TRIPs – *Trade Related to Intellectual Property Rights* – yang merupakan bagian dari kesepakatan WTO⁶) adalah sebetulnya ketidakseimbangan atau ketimpangan yang terjadi di dunia di mana negara-negara maju yang telah lebih dulu mendapatkan keuntungan dari keberadaan rejim HKI daripada negara-negara berkembang. Sementara itu yang terjadi di negara-negara berkembang, telah banyak terjadi pencurian potensi HKI yang berasal dari pengetahuan tradisional masyarakat di negara maju yang kemudian diambil dan dipatenkan di negara maju. Singkatnya, menurut pandangan kedua ini, potensi pengetahuan masyarakat yang merupakan milik kolektif masyarakat kemudian dipatenkan untuk dijadikan milik pribadi oleh si pemegang paten.⁷

Pandangan kedua ini melihat bahwa rejim internasional HKI telah membuat perbedaan atau jurang yang lebar di antara negara maju dan negara berkembang, di mana Indonesia termasuk di dalamnya. Pandangan ini menolak pandangan yang pertama, yang semata-mata melihat masalahnya dari segi legal formal belaka, karena pandangan ini menganggap ada masih banyak pertanyaan yang harus dijawab sebelum sampai pada pendekatan yang formal legal tadi. Pandangan kedua ini percaya bahwa hukum yang ada adalah hasil tarik ulur dari kekuasaan yang mendudukkan negara berkembang dalam posisi yang tidak menguntungkan.⁸

Perspektif Komunikasi dalam melihat HKI

Dengan penjelasan di atas, kita memiliki gambaran konsep dasar dari HKI yang pada bagian ini hendak kita bahas dengan pertanyaan utama: Apa perlunya mereka yang berlatarbelakang studi komunikasi memerhatikan masalah HKI? Apakah HKI bisa ditelaah dalam perspektif studi komunikasi? Jika ya, seperti apa gambarnya dan dalam konteks semacam apa HKI bisa menjadi bagian dari kajian komunikasi. Di bawah ini akan dipaparkan lima perspektif dalam dunia komunikasi yang memungkinkan masalah HKI masuk dalam telaahnya.

HKI dalam telaah Ekonomi Politik Komunikasi

Vincent Mosco, seorang guru besar sosiologi

⁶TRIPs adalah aspek-aspek perdagangan yang terkait dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual. Lebih jauh tentang TRIPs ini bisa dilihat pada penjelasan di bagian lain dalam tulisan ini.

⁷Lihat misalnya Shiva (1995), Shiva (1994), Shiva (2001), Jhamtani & Hanim (2002).

⁸Contoh dari pandangan kedua ini bisa dilihat pada tulisan misalnya dari kepustakaan berbahasa Indonesia pada Shiva (1994), Jhamtani (2001), Lapera (1998), INFID (1999), dan Peng (1993). Sementara untuk literatur lain berbahasa Inggris misalnya adalah Shiva (1995), Correa (2000), Dano (2000).

dari Queen's University, Canada, menulis sebuah buku yang penting pada tahun 1996, *The Political Economy of Communication*. Buku ini menjadi rujukan banyak penelitian soal ekonomi politik komunikasi. Tiga belas tahun kemudian, Mosco membuat revisi atas buku tersebut dan ia memperluas bahasannya hingga ia juga mengomentari perkembangan terkini dalam dunia komunikasi, khususnya yang menyangkut masuknya era digital dalam dunia komunikasi.

Dalam sebuah bab khusus yang ia tulis pada edisi kedua buku ini, Mosco (2009:104) dengan rendah hati mengakui demikian:

“One of the most significant development in the last decade or so of political economy research in communication is the sheer volume of material. When I wrote the first edition of this book in 1996, it was possible to map out the field in a few chapters. That is no longer possible because the quantity of good research has expanded substantially. A complete accounting today cannot be contained within the pages of one book. It calls for something more like an encyclopedia. However, it is possible to examine central trends in contemporary research that provide a useful guide to political economy of communication today”.

Mosco (2009: 104-126) lalu menyebutkan beberapa trend perkembangan riset ekonomi politik komunikasi, pada awal abad 21, yaitu: globalisasi pendekatan ekonomi politik (*the globalization of political economy*), pendekatan ekonomi politik pada sejarah komunikasi (*a political economy approach to the history of communication*), pijakan pada masalah resistensi / perlawanan, khususnya dari kalangan teori feminis (*standpoints of resistance*), transisi dari media lama ke media baru (*the transition from old media to new media*), dan masalah aktivisme media (*media activism*).

Hal yang terkait dengan masalah HKI disinggung Mosco (2009:119) ketika ia menjelaskan masalah transisi dari media lama ke media baru. Mosco mengatakan bahwa pendekatan ekonomi politik biasanya sangat skeptis dalam melihat perkembangan teknologi, tetapi pendekatan ini bisa memberikan kontribusi penting dalam memahami media tradisional seperti jurnalistik, radio, televisi, industri musik, industri telekomunikasi, dan tidak ketinggalan masalah periklanan dan hubungan masyarakat (*public relations*).

Dengan pendekatannya yang ensiklopedik – mendata berbagai buku, penelitian yang dilakukan oleh dirinya dan para koleganya dalam disiplin ilmu ekonomi politik komunikasi – Mosco mengatakan bahwa untuk merespon perkembangan media baru, sejumlah peneliti ekonomi politik menekankan unsur keberlanjutan (*continuities*) antara media lama dan media baru, sementara sejumlah peneliti lainnya menekankan pada hal keterputusan (*discontinuities*) antara media lama dan media baru, atau mereka me-

nekankan pada munculnya hubungan baru dari media yang saling berjarangan.

Bagi peneliti yang meyakini bahwa adanya keberlanjutan antara media lama dan media baru, mereka akan melihat bahwa kemunculan media baru memperdalam dan memperluas tendensi perkembangan kapitalisme dengan terbukanya kemungkinan baru untuk menjadikan media dan *audience*-nya sebagai komoditas yang bisa diperjualbelikan. Hasil dari kondisi ini adalah fenomena konsentrasi media, komersialisasi, dominasi bangsa kaya / maju dalam ekonomi global, terbaginya bangsa yang kaya dan miskin informasi, serta fenomena militerisme yang tumbuh dan terus berkembang (Mosco, 2009: 120). Mosco di sini merujuk pada karya-karya Mc Chesney (2007), Murdock & Golding (2000, 2004), Schiller (1999a, 1999b), Sparks (2007), dan Wasko (2003).

Dengan kerangka tersebut, perubahan sosial dan perubahan teknologi terjadi, sama seperti teknologi baru mengekspansi pasar, dan pengelolaan global (*global governance*) menjadi perlu, tetapi hal ini juga menimbulkan masalah bagi kapitalisme itu sendiri. Ada masa dimana perusahaan media hanya memikirkan pasar dalam negeri untuk distribusi produk film dan video, namun pada saat sekarang pasar tersebut bersifat global, dan menghasilkan tantangan tersendiri untuk melakukan koordinasi (Mosco, 2009: 120).

Peneliti ekonomi politik komunikasi yang menganut paham keterputusan antara media lama dan media baru akan tetap memperhatikan hubungan kekuasaan (*power relations*) yang melingkupi proses produksi, distribusi dan pertukaran sumber daya (*exchange of resources*). Para peneliti dengan paham ini akan melihat sebagai hasil dari perkembangan media baru, perspektif otonomis⁹ mereka mengatakan bahwa kapitalisme itu didorong oleh energi dan aktivitas dari mereka yang bekerja di dalamnya. Menurut Mosco, pertumbuhan komunikasi dan teknologi informasi tidak saja melayani perkembangan kapitalisme, tetapi juga secara signifikan mengganggu perkembangan kapitalisme itu.

Salah satu yang dilihat Mosco (2009: 120-121) sebagai hal yang mengganggu perkembangan kapitalisme adalah hal yang terkait dengan pasar dan sistem kepemilikan pribadi, serta sistem ini membutuhkan sistem hukum untuk mengontrol dan menentukan batas apa yang bisa orang lakukan dan tidak lakukan. Sejumlah produk hak kekayaan intelektual seperti hak cipta, paten, *trade mark*, disebut sebagai kondisi yang membatasi orang mempergunakan informasi dan ide yang dimiliki orang lain. Dengan mengacu pada pendekatan otonomis tadi, keterse-

⁹Perspektif otonomis (*autonomist*) ini secara sederhana dijelaskan sebagai adanya otonomi relatif yang dimiliki negara ketika berhadapan dengan kekuatan ekonomi (Mosco 2009: 29-30). Namun pada bagian lain, Mosco menjelaskan perspektif otonomis utamanya merujuk pada otonomi yang dimiliki oleh kalangan kelas pekerja, lihat Mosco (2009: 120).

diaan informasi dan teknologi komunikasi yang sangat luas saat ini membuat kapitalisme sangat sulit untuk mempertahankan rejim hukum kepemilikan pribadi yang dalam sejarahnya telah membatasi aliran komunikasi dan informasi. Pada saat sekarang menjadi semakin sulit untuk mengetahui apa yang kapitalisme bisa lakukan ketika teknologi menantang ide tradisional tentang produksi, distribusi dan penggunaan serta pertukaran nilai. Menyinggung dunia cyber pada saat ini, Mosco mengatakan bahwa membatasi dunia cyber saat ini amatlah sulit karena pada dasarnya dunia ini sebenarnya adalah sumber daya yang tidak material (tidak berwujud). Dengan demikian maka masalah HKI adalah salah satu isu penting dalam perkembangan media baru global saat ini yang perlu direspon oleh para peneliti ekonomi politik.

Merujuk pada tulisan Bettig (1996), Schiller (2007) dan juga Zhao (2008) Mosco (2009: 123) mengatakan bahwa kelompok pebisnis selalu berusaha untuk memperketat kontrol soal penggunaan barang yang memiliki HKI, dan pertanyaan penting yang patut diajukan saat ini adalah: “siapa yang mengontrol HKI?”

HKI sebagai Tinjauan dalam Komunikasi Internasional

Telah lama dalam ranah komunikasi internasional, hal yang menyangkut hubungan antar negara dalam kaitan dengan industri informasi, industri hiburan menjadi salah satu aspek penting dalam bahasannya. Pada dekade awal 1980-an pembicaraan yang menyangkut ketidakseimbangan informasi antara Negara Utara dan Selatan telah disorot oleh Komisi Mac Bride yang disusun UNESCO untuk melihat kondisi informasi global (Lihat Roach, 1990 dan Nordenstreng & Schiller, 1979). Dalam pandangan ini berbagai kantor berita asal Amerika dan Eropa Barat mendominasi sumber pemberitaan di dunia, baik di negara-negara maju maupun berkembang. Hal ini mengakibatkan adanya bias dalam memandang sejumlah persoalan yang justru ada di negara dunia ketiga. Istilah yang waktu itu lebih dipergunakan misalnya adalah “*transborder data flow*” – sebelum kemudian disebut sebagai “*cultural industries*”, atau “*copyright based industries*” – seperti misalnya ditulis dalam artikel Wilson dan Al-Muhanna (1985).

Di sini kita harus menyebut ahli seperti John Tomlinson (1991, 1997)¹⁰, di mana ia utamanya hendak mengatakan bahwa tesis tentang imperialisme kultural sebagaimana banyak dianut oleh para komentator budaya pada era 1970-80an kini sudah tidak lagi memadai. Ketakutan atas fenomena imperialisme kultural banyak dirasakan oleh negara Dunia Ketiga pada pertengahan tahun 60-an, saat mengalami kondisi Perang Dingin antara Blok Barat dan Blok

¹⁰ Lihat juga Golding & Harris (1997).

Timur. Saat itu sejumlah perusahaan multinasional asal Amerika mendominasi perdagangan dunia, khususnya perusahaan media/budaya. Imperialisme budaya biasanya ditujukan pada fenomena merebaknya produk-produk Amerika, dan kerap kali produk lokal digusur karena produk asal Amerika ini fasih tak hanya dalam urusan memproduksi barang, tetapi juga dalam soal mendistribusikan barang mereka.

Mengapa hanya Amerika yang jadi sorotan? Karena Amerika menjadi ikon atas dua kekuatan yang saling bertautan, yaitu kekuatan ekonomi dunia yang punya pengaruh besar dalam institusi multilateral macam Bank Dunia dan Dana Moneter Internasional (IMF) dan kekuatan politik dunia yang direpresentasikan dengan NATO serta pendiktean PBB untuk kepentingan-kepentingan Amerika.

Nicholas Garnham, salah satu pemikir *Cultural Studies* asal Inggris, dengan jenial merumuskan problem krusial dari kekuatan industri budaya/media asal Amerika ini: menaruh perhatian tak hanya pada soal produksi tetapi juga terlebih soal distribusi. "Distribusilah yang merupakan kekuatan yang sangat dashyat, lebih dari produksinya" (Garnham, 1990). Kalau distribusi diperhatikan sama seriusnya dengan produksi, apa itu masih bisa disebut sebagai imperialisme budaya? Inilah pertanyaan krusial yang sejak awal 90-an coba dipertanyakan kembali, saat dunia menuju arah pasar bebas, terbentuknya blok-blok perdagangan, dan adanya transformasi peran negara dalam interaksi antarnegara dalam skala bilateral, regional maupun global.

Namun demikian Tomlinson melihat bahwa pergeseran yang terjadi adalah bahwa perdagangan internasional yang menyangkut industri kebudayaan marak berkembang seiring dengan perkembangan globalisasi. Tomlinson (1997: 148) menyimpulkan demikian:

"... contrary to the claims of the cultural imperialism thesis, globalization is unlikely to produce an entirely regulated, homogenized global culture. This is not to deny the drive of global capitalism to distribute its goods and its disposition towards cultural commodification and consumerism as widely as possible. But it is to argue that cultural practices and experiences are far more recalcitrant and unruly than this sort of scenario envisages. In a sense, cultures simply refuse to be regulated in this way. Indeed, rather than seeing cultural globalization as increasing regulation, it makes more sense to see it as predominantly de-regulating."

Walau demikian Tomlinson pun menyebutkan 4 hal yang tetap masih perlu dibicarakan, walaupun tesis tentang imperialisme cultural itu sudah dianggap usang:

- Bagaimana kita memikirkan tentang kebudayaan sebagai entitas sebagaimana ia berbeda dengan entitas kekuatan ekonomi dan dominasi.
- Bagaimana kita memikirkan masalah otonomi kebudayaan.
- Bagaimana kita memikirkan hubungan antara identitas budaya, lokasi (*place*), ruang (*space*), waktu (*time*).
- Bagaimana kita memikirkan kemungkinan dan justifikasi untuk melakukan pengaturan atas masalah budaya (*cultural regulation*) utamanya yang terkait dengan masalah perlindungan oleh Negara (*protection by the state*).

Dalam perkembangan kapitalisme global, perkembangan dalam industri media/budaya pun memiliki sejumlah kerumitan tersendiri untuk dijelaskan. Dua penulis Amerika, Edward S. Herman dan Robert W Mc Chesney (1997), keduanya rekan dan murid dari kritikus media tersohor Noam Choamsky, jelas-jelas menunjuk bahwa media lah yang menjadikan kapitalisme global berkembang ke seluruh pelosok dunia.

Untuk Mc Chesney dan Herman, terminologi media di sini tak selalu berarti industri yang berkaitan dengan dunia informasi. Industri hiburan pun menjadi bagian yang integral di dalamnya. Industri media (serta budaya) mencakup lingkup mulai dari pers cetak – ditambah perkembangan pesat koran elektronik – televise, film, musik rekaman hingga komunikasi digital lainnya. Ini yang kemudian menjadikan persoalan baru muncul. Media massa tidak lagi mengabdikan pada kepentingan publik, tetapi lebih pada kepentingan akumulasi kapital pemilikinya.¹¹

Tiga hal saling mengait dalam perkembangan global: penemuan teknologi – industri media – pertumbuhan kapital. Perkembangan teknologi baru biasanya langsung diambil oleh industri media untuk menghasilkan produk baru yang lebih canggih dari produk sebelumnya. Penguasaan teknologi tinggi juga berarti bahwa teknologi baru yang mahal, hanya akan dikuasai oleh kaum pemodal besar, yang sanggup menjadikan teknologi tersebut sebagai komoditas monopolistis.

Dalam kaitan dengan pertumbuhan kapital di sini penting untuk melihat apa yang telah dikerjakan oleh Daya Kishan Thussu (2007) - dengan mengambil inspirasi dari karya Manuel Castells, *The Information Age* (2000) – mengemukakan konsep tentang "Global Flow" dan "Contra-flow". Thussu (2007: 442) dengan mengutip pandangan Castells yang menyebutkan gambaran tentang kehidupan manusia jaman sekarang ini sebagai berikut.

"our society is constructed among flows ... flows of capital, flows of information, flows of technology, flows of international interactions, flows of images, sounds, and symbols..."

¹¹Lihat juga Artz & Kamalipour (2003).

Thussu yang juga guru besar komunikasi internasional dari University of Westminster di London, mengungkapkan isi bukunya sebagai :

“While celebrating the global circulation of media products from a wider range of hubs of creative and cultural industries, the chapter emphasizes the disparities in the volume and economic value of such flows in comparison to the dominant ones and cautions against the tendency to valorize the rise of non-Western media, arguing that they may reflect a refiguring of hegemony in more complex ways.”

Thussu sendiri walaupun tidak secara spesifik membicarakan soal HKI, namun ia menulis hal yang terkait dengan bagaimana industri media / budaya yang berasal dari dunia ketiga tidak selalu dalam posisi yang inferior atau dalam posisi hanya menerima “serbuan” dari produk industri media dari Amerika Utara atau Eropa Barat

Dalam buku tersebut Thussu hendak menggambarkan bagaimana kondisi negara-negara postkolonial tak selalu dalam kondisi dimana mereka menjadi resipien utama atau konsumen semata dari produk industri budaya global (utamanya asal Amerika atau Eropa Barat), namun negara post kolonial ini juga menghasilkan gelombang tandingan dalam produksi industri budayanya, misalnya seperti yang dilakukan oleh Jepang (Iwabuchi, 2007), India (Govil, 2007), Korea Selatan (Kim, 2007), Brazil (Rego & La Pastina, 2007) hingga produksi pemberitaan dari negara Timur Tengah seperti televisi Al-Jazeera (Sakr, 2007).

Jika sedikit menengok ke belakang, masalah HKI dalam dunia perdagangan global menjadi pembicaraan hangat pada pertengahan tahun 1990an ketika forum perdagangan dunia kala itu, GATT (*General Agreement on Trade and Tariff*-Perjanjian Umum tentang Tarif dan Perdagangan) – yang kemudian akan menjadi WTO (*World Trade Organization*) – berdebat tentang apakah industri seperti film atau industri media/budaya lainnya bisa dimasukkan dalam perjanjian perdagangan dunia? Implisit dari perdebatan ini adalah pertanyaan besar, apakah industri budaya mengandung unsur ‘nilai-nilai tertentu yang khas dan karenanya harus mendapatkan proteksi’? Inilah perdebatan besar yang terjadi di GATT misalnya (Haryanto, 1999).

Dalam forum tersebut, Amerika Serikat harus menghadapi protes keras dari Perancis yang menginginkan adanya proteksi atas industri kebudayaan seperti film. Artinya, film tak boleh dipersamakan dengan industri manufaktur lainnya. Perancis sedikit menang dalam Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), tetapi boleh jadi itu kemenangan sementara, karena Amerika biasanya akan menekan negara tersebut dalam

perjanjian bilateral (Miller, 1996). Dalam perundingan NAFTA (*North America Free Trade Area*) pun Amerika mendapat banyak tantangan dari Kanada dan Meksiko untuk klausul soal industri media/budaya ini McAnany & Wilkinson (1996).

Dalam studi spesifik yang dilakukan oleh Janet Wasko (2003) pada industri perfilman di Amerika, ada suatu bagian khusus yang membahas bagaimana industri film di Amerika melakukan perlindungan terhadap produk mereka dari bajakan (*piracy*) yang dilakukan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Disebutkan oleh Wasko bahwa pemerintah Amerika Serikat membantu usaha global untuk membasmi pembajakan. MPA (Motion Picture Association – Asosiasi Perusahaan Film Amerika) secara aktif bekerja untuk memperkuat aturan perlindungan hak cipta pada lebih dari 80 negara di dunia. Di luar pendekatan pada penegakan hukum di berbagai negara itu, pemerintah Amerika juga menerapkan berbagai tekanan dalam berbagai forum perjanjian serta konvensi dunia (Wasko, 2003: 215; Decherney, 2012).

Pemerintah Amerika, menurut Wasko (2003: 215), tak malu-malu untuk mengancam negara lain untuk soal pelanggaran hak cipta itu. Tekanan politis diberlakukan di sejumlah negara untuk memastikan perlindungan hak cipta. Secara spesifik Wasko menyebut bahwa kerjasama antara pemerintah dan bisnis untuk perlindungan film mereka telah mencapai sukses di negara seperti Malaysia, Indonesia, dan Singapore, dimana ancaman sanksi perdagangan diterapkan jika perlindungan hak cipta di negara tersebut tidak memadai. Bentuk tekanan lain yang juga diberlakukan Amerika adalah dengan menekan akses pasar bagi film Amerika, seperti yang terjadi di Korea, dimana pemerintah Amerika memaksa industri film di Korea Selatan untuk terbuka bagi perusahaan distribusi asal Amerika. Model tekanan yang sama juga terjadi di negara-negara Eropa Timur.

HKI sebagai Bagian dari Problematika Hak Budaya

Pendekatan dari sisi hak budaya akan melihat komunikasi sebagai bagian dari hak asasi manusia sebagaimana tertuang dalam Deklarasi Umum Hak Asasi Manusia, yang kemudian juga tertuang dalam dua kovenan utama: Kovenan Hak-hak Sipil dan Politik, serta Kovenan Hak Ekonomi, Sosial dan Budaya. Seorang yang paling konsisten melihat komunikasi dari ranah Hak asasi manusia dan juga hak budaya adalah Cees Hamelink (1993, 2003), seorang profesor Komunikasi dari Universitas Amsterdam Belanda.

Hak budaya sendiri adalah suatu terminologi yang cukup luas, sebelum nantinya akan ditunjukkan dimana masalah HKI terletak dalam

ranah hak budaya dan hak asasi tersebut. Dalam rejim hak asasi manusia internasional, hak budaya mencakup sebagai berikut (Hamelink, 2003:12-21):

- Hak atas budaya (*the right to culture*): hak ini muncul setelah perang dunia II ketika bermunculan sejumlah negara baru yang memerdekakan dirinya dan mereka ingin keluar dari identitas penjajahnya (colonial states) dan menentukan identitas budaya mereka sendiri.
- Hak untuk berpartisipasi penuh dalam hidup kebudayaan (*the right to participate fully in cultural life*): merujuk pada kondisi adanya komunitas, melindungi kelompok minoritas dimana mereka dimungkinkan untuk menjalankan kehidupan mereka sepenuhnya
- Hak untuk perlindungan identitas kultural (*the right to the protection of cultural identity*): pada dekade 1970an istilah imperialisme kultural menjadi satu tema yang penting diperhatikan oleh UNESCO dimana negara yang baru bebas dari imperialisme tak semata dijajah secara ekonomi atau politik, tetapi juga secara budaya. Di sini pertukaran budaya yang terjadi diharapkan tetap memberikan ruang kepada budaya setempat untuk hadir dan berkembang.
- Hak untuk perlindungan barang dan warisan kebudayaan nasional dan internasional (*the right to the protection of national and international cultural property and heritage*): hak ini utamanya merujuk pada kondisi peperangan, atau konflik bersenjata dimana kerap kali barang atau warisan budaya suatu bangsa ada dalam ancaman kehancuran akibat peperangan. Di luar itu hak ini juga terkait dengan warisan budaya kelompok masyarakat setempat (*indigenous people*)
- Hak untuk perlindungan kepentingan moral dan kepentingan material dari kerja kebudayaan (*the right to protection of moral and material interest of works of culture*): hak budaya ini memberikan perlindungan HKI dalam konteks Hak asasi manusia seperti kebebasan berekspresi dan hak akses pada pengetahuan dan informasi.
- Hak untuk menggunakan bahasa seseorang dalam ranah privat dan ranah publik (*the right to use one's language in private and in public*): hak budaya ini secara khusus menyoroti hak berbahasa seseorang sebagai bagian dari hak budayanya yang kritis. Bahasa ibu menjadi penanda penting siapa kita, darimana kita berasal dan menjadi bagian krusial tentang siapa diri kita sesungguhnya.

Masalah HKI dalam perspektif ini akan dijelaskan dalam kaitan dengan point “e” hak kebudayaan di atas, yaitu hak untuk perlindungan kepentingan moral dan kepentingan material dari kerja kebudayaan. Hamelink memberikan konteks atas hak budaya ini, dimana pada de-

wasanya ini, bisnis utama dari konglomerat media global adalah terkait dengan konten media. Tanpa menyebut spesifik, Hamelink (2003:18) mengatakan bahwa motif sesungguhnya dari mega merger dalam industri media pada awal abad 21 didorong oleh keinginan untuk menguasai hak atas konten media yang diinvestasikan dalam perpustakaan film dan koleksi musik rekaman. Perkembangan baru dalam teknologi digital yang membuka kemungkinan untuk akses yang bebas dan mudah serta dipergunakan untuk kepentingan pengetahuan, telah membuat produksi konten media, proses reproduksinya serta distribusinya menjadi sangat rentan pada pembajakan dalam skala besar, dan sebaliknya membuat para pemilik konten media ini menjadi sangat ingin melindungi kekayaan intelektual mereka dan mereka ini tertarik untuk menciptakan rejim legal global untuk melindungi milik mereka.

Lebih jauh Hamelink (2003:19) mengatakan dengan meningkatnya signifikansi ekonomi dari barang bernilai kekayaan intelektual, pengaturan sistem global bergeser dari pembicaraan dimensi moral dan dimensi kepentingan publik dari kekayaan intelektual, ke arah penekanan masalah ekonomi dari pemilik barang kekayaan intelektual. Hamelink mengatakan bahwa pada dewasa ini pemilik dari barang bernilai kekayaan intelektual tak lagi si pengarang atau si pencipta itu sendiri, tetapi dikuasai oleh perusahaan multinasional yang menjadi produser barang-barang budaya tersebut. Di luar itu, perkembangan terakhir tentang isu hak kekayaan intelektual dimasukkan dalam negosiasi perdagangan global, menunjukkan besarnya desakan para pelaku utama dari bidang ini, yaitu para perusahaan multinasional. Masalah hak cipta kini menjadi urusan perdagangan, dimana kepentingan pencipta atau pengarang jadi tergantikan dengan kepentingan para produser dan investor. Penekanan terhadap kepentingan kepemilikan perusahaan ini berimplikasi munculnya ancaman terhadap penggunaan barang bernilai kekayaan intelektual untuk kepentingan umum, dan pada saat yang sama secara serius menghasilkan ketidakseimbangan antara klaim kepemilikan pribadi dari para produser dan klaim terhadap kepentingan publik dari pengguna.

Keseimbangan antara kepentingan produser dan pengguna telah menjadi ancaman dalam perkembangan peraturan masalah HKI, tetapi kelihatannya perkembangan terakhir menunjukkan bahwa pengaturan ini tak menguntungkan baik baik pencipta sebagai individu, juga bagi kepentingan publik secara umum. Hamelink menyimpulkan bahwa kondisi saat ini menunjukkan adanya kontrol monopolistik terhadap warisan budaya dunia dan hanya sedikit individu atau produser secara komunal (yang menghasilkan karya sastra, seni dan musik) yang mendapatkan keuntungan dari perlindungan HKI secara internasional ini. Para pemilik HKI ini ingin melindungi barang miliknya dari

pencurian, bahkan para pendukung paling keras dari neoliberalisme pun akan meminta perlindungan negara untuk melindungi barang HKI mereka. Perlindungan HKI ini pun tidak tanpa resiko, karena perlindungan HKI ini menentukan pengetahuan sebagai barang milik pribadi, dan ia dapat berfungsi sebagai hak yang efektif untuk memonopoli kontrol, yang membatasi arus bebas ide dan pengetahuan (Hamelink 2003:19).

Dalam tulisan lain, Hamelink menekankan masalah hak atas pengetahuan sebagai suatu bentuk hak asasi manusia, dan di dalam hak ini juga terkait dengan masalah HKI yang menjadi salah satu potensi penghalang terlaksananya hak tersebut secara merata. Hamelink (1993: 3) menurunkan isi pernyataan dalam konstitusi pendirian UNESCO (United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization) yang bertujuan untuk “memelihara, meningkatkan dan menyebarkan pengetahuan” dalam sejumlah pernyataan ini:

- Setiap orang berhak atas akses pada pengetahuan.
- Hak atas pengetahuan ini juga meliputi setiap orang mendapatkan keuntungan dari perlindungan kepentingan material dan imaterial sebagai hasil dari produksi pengetahuan.
- Tak boleh seorang pun boleh dibatasi aksesnya pada sumber pengetahuan. Hak atas pengetahuan ini juga berlaku untuk pengakuan dan penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain.
- Semua orang dan semua bangsa memiliki tugas untuk berbagi pengetahuan satu sama lain.
- Hak pada pengetahuan juga termasuk di dalamnya adalah hak untuk berpartisipasi dalam pembuatan kebijakan atas perkembangan dan penggunaan pengetahuan.

Hamelink menulis tulisan di atas pada pertengahan tahun 1990-an dan pada saat itu ia sudah melihat tendensi bagaimana rejim internasional HKI telah mengubah sesuatu yang tadinya berada pada ranah publik kini jadi diprivatisasi. Contoh yang paling disorot oleh Hamelink adalah masalah sistem biologi dunia yang tadinya menjadi ranah publik, kini telah menjadi hak milik pribadi kelompok tertentu lewat penemuan bioteknologi.

Fenomena lain yang dilihat Hamelink adalah pengetahuan tidak lagi bebas dan tersedia bagi banyak orang, dan sebaliknya pengetahuan kini tak lagi mudah disebarluaskan kepada pihak lain. Sementara itu Hamelink juga melihat bahwa produksi pengetahuan semakin diprivatisasi dan dikomersilkan. Dengan perkembangan ini maka perlindungan HKI juga berarti membatasi akses pada pengetahuan, karena pengetahuan kemudian diperlakukan sebagai hak milik pribadi, dan muncul tendensi untuk menerapkan praktek monopoli atas pengetahuan tersebut.¹²

Dari penjelasan Hamelink di sini kita jadi melihat bahwa HKI sudah lama menjadi satu

perhatian dalam dunia pengetahuan, khususnya dikaitkan dengan isu hak atas pengetahuan yang didengungkan oleh Unesco. Penelitian komisi Sean Mac Bride pada dekade 1970-an terkait keseimbangan arus informasi antara negara Utara dan Selatan mendapat dimensi barunya dalam melihat informasi dalam bentuk pengetahuan memiliki nilai HKI di dalamnya, dan nilai HKI tersebut kini bernilai sangat strategis dan mati-matian dilindungi oleh para perusahaan besar yang menghasilkannya, serta oleh negara yang menjadi tempat dimana perusahaan besar itu bernaung dalam rupa perlindungan hukum serta upaya untuk menekan berbagai negara yang menjadi pengguna informasi atau pengetahuan tersebut untuk membayar sesuai regulasi yang mereka tekankan tersebut.

Dalam perspektif hak atas kebudayaan ini pula penulis lain, Siva Vaidhyanathan (2001, 2005), menulis sejumlah pertanyaan penting sebagai berikut.

- Bisakah industri kultural bertahan atau berkembang tanpa adanya proteksi yang tinggi dari pemerintah?
- Haruskah pemerintah (dalam hal ini: Amerika –IH) menegakkan kebijakan soal informasi ini hingga melewati batas-batas Negara?
- Haruskah pemerintah melarang adanya temuan-temuan baru dalam bidang algoritma yang membuat sejumlah kode dalam dunia internet akan terbuka?
- Apa implikasi dari adanya aturan dan teknologi demikian (lihat point sebelumnya – IH) untuk imajinasi, ekspresi, adaptasi dan agregasi dari budaya dan informasi?

Berbagai persoalan yang diajukan di atas menarik dan relevan untuk dijawab dalam ranah ilmu komunikasi terutama terkait dengan masalah hak kebudayaan, dimana komunikasi masuk di dalamnya.

HKI sebagai Bagian dari Teori Masyarakat Informasi (Information Society)

Membicarakan masalah masyarakat informasi adalah suatu kajian yang juga luas karena sejumlah orang membicarakan masalah masyarakat informasi, namun semua menitikberatkan pada unsur yang berbeda-beda dari istilah tersebut. Frank Webster (1995) yang menulis buku *Theories of the Information Society*, menjabarkan konsepsi yang dimiliki Daniel Bell tentang masyarakat paska industri (*post-industrial society*) yang lebih menekankan pada unsur informasi; kemudian Anthony Giddens yang membicarakan informasi dalam konteks hubungan antara negara-bangsa dengan kekerasan, dimana informasi menurutnya memiliki peran penting untuk membuat manusia survive dengan kondisi yang ada di sekitarnya; kemudian orang seperti Jurgen Habermas juga menulis soal informasi dalam kondisi dimana ruang publik (*public sphere*) mengalami kemunduran, dan

¹²Lihat juga tulisan Ramasoota (2003) dan Smiers (2009) dalam ranah seni budaya.

kemunculan informasi membuat masyarakat memasuki masa transisi dari masyarakat Fordis (*Fordist society*) menuju masyarakat paska Fordis (*post-Fordist society*) yang bergantung pada cara masyarakat menggunakan informasi demi kesuksesannya; sementara itu salah satu orang tokoh postmodernisme seperti Jean Baudrillard memberikan penekanan pada pembahasan meluapnya kemunculan tanda-tanda dalam masyarakat modern; dan terakhir adalah bahasan Manuel Castells tentang “kota yang informatif” (Webster 1995:2).

Dalam konteks perkembangan masyarakat informasi ini, khususnya yang dilihat dari sisi perkembangan kapitalisme maka, orang seperti Herbert I Schiller akan melihat bahwa informasi yang tadinya tersedia untuk publik perlahan-lahan bergeser dengan klaim kepemilikan yang dilakukan oleh perusahaan. Pada perkembangan ini, kemunculan konsep hak cipta dan paten, sebagai bagian dari hukum kekayaan intelektual, dilihat sebagai area regulasi baru (pada awal dan pertengahan tahun 1990an – IH) yang muncul akibat kehadiran masyarakat informasi tersebut (Webster 1995: 93). Jika meminjam bahasa yang digunakan oleh para ekonom serta para peramal kondisi masa depan dunia, maka perlindungan paten akan menjadi suatu sumber dari insentif ekonomi. Paten, memungkinkan para penemu abad 19 untuk mendapat profit dari penyelesaian masalah yang berbasis pada informasi¹³.

Bicara tentang masyarakat informasi, maka kita tak bisa mengabaikan karya penting yang dihasilkan oleh Manuel Castells, berupa tiga volume buku *The Information Age: Economy, Society and Culture*¹⁴, dan setelah itu Castells juga menulis buku lain berjudul *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*¹⁵.

Dalam volume 1 triloginya, Castells (2010:175) mengatakan bahwa hak cipta atas teknologi dan informasi menjadi penting dalam ekonomi global baru, dalam konteks munculnya perusahaan yang memiliki jaringan luas, serta merupakan bagian dari perekonomian internasional. Fenomena HKI ini juga merupakan konsekuensi logis dari berkembangnya perusahaan multinasional yang memproduksi secara internasional juga membuat nilai dari hak cipta menjadi sesuatu yang sangat penting diperhatikan.

Problem HKI dalam Perkembangan Media

¹³Lihat Cortada (2002: 15). Bandingkan dengan Mansell & Steinmueller (289-337).

¹⁴Trilogi ini terbit pertama kali pada tahun 1998, namun kemudian direvisi dan diterbitkan kembali pada tahun 2010 (Blackwell). Volume pertama diberi sub judul “The Rise of Network Society”, volume kedua diberi judul “The Power of Identity”, dan volume ketiga berjudul “End of Millenium”.

¹⁵Manuel Castells, *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*, Oxford: Oxford University Press, 2001.

Baru (New Media)

Satu bidang kajian lain yang bisa melihat masalah HKI dalam konteks komunikasi adalah dari sisi perkembangan media-media baru itu sendiri. Salah satu ciri utama dari perkembangan media baru yang sudah terjadi sejak akhir tahun 1990an hingga pada satu setengah dekade awal abad 21 adalah media yang proses pengiriman pesan menjadi jauh lebih cepat, interaktivitas antara pengirim dan penerima pesan menjadi berkembang dengan lebih intens (sebagai bagian dari pengaruh perkembangan globalisasi¹⁶ yang salah satunya dilihat sebagai mengerutnya konsep tempat dan waktu), kemunculan aneka perangkat komunikasi canggih yang memadukan sejumlah fungsi dalam satu perangkat (mulai dari telepon, radio, televisi, internet, hingga pada penggunaan media sosial).

Lister (*et al*, 2003: 13-38) menyebutkan 6 ciri dari media baru, yaitu: *digital*, *interaktif*, *hypertextual*, *virtual*, *berjaringan*, dan *simulasi*. *Digital* di sini berarti bahwa data dari media baru ini bisa diubah menjadi angka, dan dengan menjadi angka maka produk media baru tadi bisa berubah wujud mulai dari CD kemudian menjadi file dalam komputer (Lister, *et al*, 2003: 16), file dalam perangkat pemutar musik dan lain-lain. *Interaktif* di sini maksudnya adalah adanya “kemungkinan untuk mengintervensi secara langsung dan mengubah baik image atau teks yang diakses oleh tiap individu dari audience media tersebut” (Lister, *et al*, 2003: 22). *Hypertext* di sini didefinisikan sebagai “suatu kerja yang dilakukan pada unit material terpisah, dimana setiap unit tersebut memiliki suatu jejak bernomor yang berhubungan dengan unit lainnya” (Lister, *et al*, 2003: 26). *Jaringan* di sini merujuk pada fenomena dunia internet yang pada abad 21 ini menjadi fenomena penting dalam dunia media, dimana jaringan tak hanya terjadi antara audience dan pasar, tetapi juga kemunculan media yang sangat *segmented* dan memiliki spesialisasi, kaburnya batas antara produsen dan konsumen media, serta kemungkinan bahwa media saat ini sangat terbuka untuk para penggunaannya menghasilkan konten media mereka sendiri (Lister, *et al*, 2003: 31). Sementara itu *virtual*, atau realitas virtual, di sini merujuk pada kondisi dimana pengguna mengalami kondisi penyatuan atau integrasi dalam suatu lingkungan yang dikonstruksi oleh komputer grafis atau video digital dimana pengguna memiliki semacam interaktivitas dengan media tersebut (Lister, *et al*, 2003: 36). Sedangkan istilah simulasi di sini merujuk pada tiruan atau representasi. Simulasi juga berarti artificial, sintetik, dan ‘dihasilkan’ atau ‘direkayasa’ (*fabricated*) tetapi ia bukan ‘salah’ atau ‘ilusi’ karena proses fabrikasi di sini adalah nyata dan semua menghasilkan obyek baru yang nyata (Lister, *et al*, 2003: 38).

¹⁶Sekedar bacaan tentang globalisasi, bisa dilihat Bartelson (2000) dan Sheppard (2002).

Dalam situasi ini maka media baru juga memiliki HKI di dalamnya, namun HKI di sini mendapat tantangan besar karena sebagian besar produk media baru ini tak lagi merupakan hasil dari masa lalu yang sama, dimana era digital sekarang memudahkan pengopian dilakukan tanpa kehilangan sumber aslinya, dan dengan perangkat yang ada, membagikan konten media yang dimiliki seseorang kepada orang lain menjadi sangat mudah dan berjalan dengan sangat cepat. Di sinilah persis letak persoalan HKI dalam dunia digital, dimana kontrol yang bisa dilakukan oleh sang pencipta asli atas proses distribusi yang tergolong massif tersebut. Ongkos pengopian atau penggandaan dari konten tadi pun tergolong murah atau kadang malah tidak bernilai sama sekali. Tetapi justru di sini persis persoalan berat yang dihadapi oleh industri musik dan industri film dunia, dimana proses berbagi antara pengguna ini membuat para produsernya merasa kehilangan banyak keuntungan. Namun bagaimana pun juga para produser yang nota bene adalah para kapitalis selalu berusaha untuk melindungi atau mencegah proses berbagi terjadi semacam massif, dan untuk itu ia melakukan pendekatan dengan negara dimana ia tinggal untuk melindungi kepentingan mereka dalam menghasilkan media konten tersebut. Problem besar yang dihadapi para produser di sini adalah ketika konten media kini hadir tak lagi dalam bentuk fisik semata tetapi juga dalam bentuk digital, dan bentuk inilah yang memudahkan proses berbagi dilakukan oleh pengguna, walaupun para produser mengupayakan banyak cara untuk bisa mengontrol proses distribusi ini, bahkan hingga mengakali adanya teknologi untuk berbagi dalam batas jumlah tertentu oleh si pengguna¹⁷ seperti yang diatur oleh Undang-undang Digital Millenium Copyright Act (DMCA) di Amerika.¹⁸

Mengapa Masalah HKI Luput dari Perhatian Ilmu Komunikasi

Di atas telah dibahas bagaimana empat atau lima pendekatan dalam dunia komunikasi bisa dipergunakan untuk melihat masalah HKI, sehingga HKI tak melulu menjadi suatu kajian eksklusif dunia hukum, namun banyak bidang lain, seperti komunikasi, seperti juga sosiologi, antropologi, filsafat, hukum, politik internasional, sejarah ekonomi juga bisa memotret masalah HKI dalam terang ilmu masing-masing.

Pertanyaannya sekarang adalah, mengapa selama ini HKI belum dilihat sebagai kajian bagi dunia komunikasi? Sedemikian eksklusif dan *inward-looking* itukah dunia komunikasi di Indonesia, sehingga tak berani menerobos untuk melihat aneka masalah lain dalam terang ilmunya ini?

¹⁷Lihat bahasan ini pada Lister (*et al.*, 2003: 189-191). Lihat juga Gillespie (2009).

¹⁸Lihat Boyle (1996), Litman (2001) dan Lessig (2000).

Penulis mencoba menjawab pertanyaan ini dengan dua cara. Pertama, penulis menilai bahwa selama ini dunia ilmu komunikasi kurang mengalami perkembangan dari sisi kajiannya, sehingga ilmu yang diproduksinya pun menjadi “kurang bergaul” dengan ilmu yang lain sehingga merasa bahwa urusan HKI bukanlah urusan dunia komunikasi. Pendekatan multidisipliner dianggap sebagai sesuatu yang sulit, tak masuk akal, tak perlu dilakukan sehingga pendekatan yang selama ini ada cenderung monoton, eksklusif dan *inward-looking* tadi. Penulis mencoba memeriksa sejumlah prosiding seminar komunikasi, beberapa jurnal penelitian komunikasi dan buku-buku lain, jarang menemukan adanya terobosan atau kerjasama lintas bidang ilmu untuk menghasilkan kajian yang lebih pas untuk meneropong persoalan yang diteliti. Tentu saja klaim ini sangat umum, namun penulis merasa bahwa kecenderungan seperti inilah yang khususnya berkembang di Indonesia. Penelitian komunikasi akan lebih asyik dengan urusan tekstual, analisis wacana, sedikit yang menulis persoalan konsumsi dari sisi audience, sedikit juga yang mau melakukan kajian ekonomi politik.

Kedua, terkait dengan masalah pendekatan maka penulis melihat bahwa tradisi komunikasi berparadigma kritis masih kurang berkembang, atau kalaupun beberapa orang melakukannya tanpa suatu fondasi yang cukup kuat untuk melihat luasnya persoalan yang bisa diteropong dengan pendekatan ini. Beberapa waktu yang lalu penulis merasa bahwa persoalannya berakar pada pengasingan pengajaran terhadap salah seorang tokoh penting ilmu-ilmu sosial Karl Marx, dengan para penerus ataupun para pengritiknya. Pendapat ini kini mungkin sudah tidak valid karena larangan untuk mempelajari Marxisme – walaupun secara resmi belum pernah dicabut – tidak lagi menjadi suatu momok dalam pengajaran di ruang kuliah di universitas-universitas di Indonesia. Namun demikian, lama absennya perbincangan soal Marxisme dalam kelas komunikasi membuat analisis terhadap masalah komunikasi pun jadi jomplang, sehingga tradisi kritis dalam ilmu komunikasi belumlah berkembang secara kokoh.

Di bagian atas tulisan ini ketika penulis membahas masalah HKI dalam kaitannya dengan masyarakat informasi, di dalamnya mengandung suatu gugatan: apakah konsep soal masyarakat informasi diterima begitu saja, tanpa suatu penelaahan lebih dalam atas apa yang sesungguhnya terjadi¹⁹, konstruksi mas-

¹⁹Masa dekade 1980an dan 1990an misalnya ada dua orang penulis yang dianggap telah menujumkan kehadiran masyarakat informasi, yaitu Alvin Toffler dan John Naisbitt, yang meramu data-data untuk menujumkan kehadiran masyarakat komunikasi. Penulis yang kala itu masih menjadi mahasiswa mengingat bagaimana kedua penulis ini diagung-agungkan dan dikutip dimana-mana, tanpa memberi suatu distansi untuk menelaahnya secara lebih dingin, tajam, dan

yarakat-industri seperti apa yang dihasilkannya, dan siapa yang sesungguhnya mendapatkan keuntungan dari kondisi masyarakat informasi. Kritik semacam ini sering luput dari kajian komunikasi di Indonesia, dan yang lebih sering terjadi adalah pengagungan ataupun puja-puja diterbitkan ketika suatu penemuan media / teknologi baru muncul, dan keterpukauan pada kemunculan teknologi ini yang kemudian sering membuat banyak ilmuwan komunikasi tak cukup melihat masalah seperti ini dengan kritis.

Penutup

Apa yang telah penulis sampaikan dengan menunjukkan pada lima pendekatan komunikasi yang bisa dipergunakan dalam meneropong masalah HKI, sebagian di antaranya berasal dari pendekatan ekonomi politik dalam komuni-

menguji betul tidaknya premis-premis yang dinujumkan oleh "futuolog" tersebut. Perbandingan yang lebih meyakinkan jika membaca karya-karya Eric Hobsbawm, ataupun orang seperti Manuel Castells.

kasi. Dengan cara demikian maka nilai intrinsik dari barang bernilai HKI tak lagi semata dipersoalkan dari sisi teksnya tetapi juga diteropong lebih jauh, bagaimana ia menjadi informasi atau hiburan yang mengalami komodifikasi dan sang produser berkukuh sedemikian rupa untuk melindungi nilai ekonomi dari komoditi yang ia hasilkan. Tak hanya itu problem institusional terkait soal produsen komoditi informasi / hiburan tersebut masuk dalam kerangka global dimana perdagangan global menjadi rejim baru yang menggantikan rejim politik negara-bangsa menjadi rejim perdagangan semata, dengan aneka perangkat perjanjian global, perjanjian bilateral serta perjanjian multilateral yang mengerangkainya.

Menyusun agenda penelitian dari lima perspektif yang diajukan di atas akan menjadi suatu pekerjaan lain yang tak cukup dilakukan di sini. Mudah-mudahan hal ini akan memancing sejumlah pihak untuk mau meneruskan eksplorasi yang terbatas ini.

Daftar Pustaka

- Artz, L. & Kamalipour, Y.R. (eds.). (2003). *The Globalization of Corporate Media Hegemony*. New York: State University of New York Press.
- Bartelson, J. (2000). Three Concepts of Globalization. *International Sociology*, 15(2), 180-196.
- Bettig, R.V. (1992). Critical Perspectives on the History and Philosophy of Copyright. *Critical Studies in Mass Communication*, 9 (2), 131-155.
- _____. (1996). *Copyrighting Culture: The Political Economy of Intellectual Property*, (Critical Studies in Communication and in the Cultural Industry). New Jersey: Boulder.
- Bollier, D. (2002). *Silent Theft: The Private Plunder of Our Common Wealth*. New York & London: Routledge.
- Boyle, J. (1996). *Shamans, Software, and Spleens: Law and the Construction of Information Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2010). *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume One: The Rise of Network Society*. Oxford, UK: Blackwell.
- Colston, C. (1999). *Principles of Intellectual Property Law*. London & Sydney: Cavendish Publishing Limited.
- Cortada, J.W. (2002). *Making the Information Society: Experience, Consequences and Possibilities*. London: Prentice Hall.
- Correa, C. M. (2000). *Intellectual Property Rights, The WTO and Developing Countries: The TRIPS Agreement and Policy Option*. Penang: Third World Network.
- Dano, N.C. (2000). Biodiversity and traditional knowledge at Risk: Impacts of Modern Technology & Intellectual Property Rights. *Asian Exchange*, 16(1).
- Decherney, P. (2012). *Hollywood's Copyright Wars: From Edison to the Internet*. New York: Columbia University Press.
- Doctorow, C. (2008). *Content : Selected Essays on Technology, Creativity, Copyright, and the Future of the Future*. San Francisco: Tachyon Publications.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economies of Information*. London: Sage Publications.
- Gillespie, T. (2009). Copyright and Commerce: The DCMA, Trusted Systems, and the Stabilization of Distribution. Dalam Lievrouw, L. & Livingstone, S. (eds.) *New Media Volume IV: Social Institutions, Structures and Arrangements*. London: Sage Publications.
- Golding, P. & Harris, P. (eds.). (1997). *Beyond Cultural Imperialism: Globalization, Communication and the New International Order*. London: Sage Publications.
- Goldstein, Paul. (1997). *Hak Cipta: Dahulu, Kini dan Esok*. Penerjemah Masri Haris. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Goonasekera, A., Hamelink, C., & Iyer, V. (eds.). (2003). *Cultural Rights in a Global World*. Singapore: Eastern University Press.
- Govil, N. (2007). Bollywood and the Frictions of Global Mobility. Thussu, D.K. (ed.) (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow* (76-88). London: Routledge.
- Halbert, D. J. (1999). *Intellectual Property in The Information Age: The Politics of Expanding Ownership Rights*. Westport: Quorum Books.
- Hamelink, C.J. (1993). *The Right of Knowledge: a Balancing Act. Media Development*, 2.
- _____. (2003). Cultural Rights in the Global Village. Dalam Goonasekera, A., Hamelink, C., & Iyer, V. (eds). *Cultural Rights in a Global World* (7-25). Singapore: Eastern University Press.
- Haryanto, I. (1999). Salam Dangdut dan Internasionalisasi Perdagangan Media/Budaya. *Kompas* 28 Juni 1999.
- _____. (2002). *Penghisapan Rezim HKI: Tinjauan Ekonomi Politik terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Debt-Watch & Kreasi Wacana.
- Hassan, R. & Thomas, J. (eds). (2006) *The New Media Theory Reader*. Berkshire: Open University Press.
- Herrmann, E. & McChesney, R.W. (1997). *Global Media: A New Missionaries to Global Capitalism*. London: Cassell.
- INFID. (1999). *Panduan Masyarakat untuk Memahami World Trade Organization*. Jakarta: INFID.
- Iyer, V. (2003). TRIPs and WTO: Effects on Individual Artists and Creativity. Dalam Goonasekera, A., Hamelink, C., & Iyer, V. (eds). *Cultural Rights in a Global World* (82-90). Singapore: Eastern University Press.
- Iwabuchi, K. (2007). Contra-flows or The Cultural Logic of Uneven Globalization? Japanese Media in the Global Agora. Dalam Thussu, D.K. (ed.) (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow* (61-75). London: Routledge.
- Jhamtani, H. (2001). *Ancaman Globalisasi dan Imperialisme Lingkungan*. Yogyakarta: Insist Press dan Pustaka Pelajar.
- Jhamtani, H. & Hanim, L. (2002). *Globalisasi dan Monopoli Pengetahuan: Telaah Tentang TRIPS dan Keanekaragaman Hayati di Indonesia*. Jakarta: INFID, Konphalindo, dan Institute for Global Justice.
- Kim, Y. "The Rising East Asian 'Wave': Korean Media Go Global. Dalam Thussu, D.K. (ed.) (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow* (121-134). London: Routledge.
- Lapera. (1998). *Dimana Berkah Globalisasi: Implikasi Globalisasi terhadap Kehidupan Rakyat*, Yogyakarta: Lapera Pustaka Utama.
- Lash, S. (2002). *Critique of Information*. London: Sage Publications.

- Lessig, L. (2000). *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic Books.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*, Oxon: Routledge .
- Litman, J. (2001). *Digital Copyright: Protecting Intellectual Property on the Internet*. Amherst, NY: Prometheus.
- Mansell, R. & Steinmueller, E.W. (2002). *Mobilizing the Information Society: Strategies for Growth and Opportunity*. London: Oxford University Press.
- McAnany, E.G. & Wilkinson, K. T. (eds.). (1996), *Mass Media and Free Trade: NAFTA and the Cultural Industries*. Austin: University of Texas Press.
- Miller, T. (1996). The Crime of Monsieur Lang: GATT, The Screen and The New International Division of Cultural Labour. Dalam Moran, A. (ed.) *Film Policy: International, National and Regional Perspective* (72-84). London and New York: Routledge.
- Mosco, V. (1996, 2009) . *The Political Economy of Communication . Second Edition*. London: Sage Publications.
- Nordenstreng, K. & Herbert I. Schiller, H.I. (eds.) (1979). *National Sovereignty and International Communication*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Peng, M.K. (1993). Imperialisme Ekonomi Baru: Putaran Uruguay dan Kedaulatan Dunia Ketiga. Penerjemah Wandi S. Brata. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama dan Konphalindo.
- Purba, A.U.Z. (2000). Penegakan Hukum di Bidang HKI. *Kompas* 22 Mei 2000.
- Ramasoota, P. (2003) . Balancing the Scruples of Copyright and Piracy in a Globalized Information Society. Dalam Goonasekera, A., Hamelink, C., & Iyer, V. (eds). *Cultural Rights in a Global World* (123-128). Singapore: Eastern University Press.
- Rego, C.M. & La Pastina, A.C. (2007). Brazil dan Globalization of Telenovelas. Dalam Thussu, D.K. (ed.) (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow* (89-102). London: Routledge.
- Roach, C. (1990). The Movement for a New World Information and Communication Order: A Second Wave. *Media Culture and Society*, 12(3), 283-307.
- Sakr, N. (2007). "Challenger or Lackey? The Politics of News on Al-Jazeera. Thussu, D.K. (ed.) (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow* (104-117). London: Routledge.
- Sheppard, Eric. (2002). The Spaces and times of Globalization: Place, Scale, Networks and Positionality. *Economic Geography*, 7(3), 307-330.
- Shiva, V. (1994). *Bioteknologi dan Lingkungan dalam Perspektif Hubungan Utara-Selatan*. Penerjemah Jakarta: Gramedia Pustaka Utama dan Konphalindo.
- _____. (1995). *Captive Minds Captive Lives: Ethics, Ecology and Patents on Life*. Dehra Run: Research Information for Science, Technology and Natural Resource Policy.
- _____. (2001). Protect of Plunder? Understanding Intellectual Property Rights. London: Zed Books. Thussu, D. K. (ed). (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*. London: Routledge.
- Smiers, J. (2009). *Arts Under Pressure: Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi*. Penerjemah Umi Haryati. Yogyakarta: Insist Press, 2009.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London: Pinter Publishers.
- Tomlinson, J. (1997). Internationalism, Globalization and Cultural Imperialism. Dalam Thompson, K. (ed), *Media and Cultural Regulation* (117-162). London: Open University & Sage Publications.
- Thussu, D.K. (ed.) (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-flow*. London: Routledge.
- Vaidhyathan, S. (2001). *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*. New York: New York University Press.
- _____. (2005). *Anarchist in the Library: How the Clash Between Freedom and Control is Hacking the Real World and Crashing the System*. New York: Basic Books.
- Wasko, J. (2003). *How Hollywood Works*. London: Sage Publications.
- Webster, F. (1995). *Theories of Information Society*. London: Routledge.
- Wilson, L.J. & Al-Muhanna, I. (1985). The Political Economy of Information: The Impact of Transborder Data Flow. *Journal of Peace Research*, 22 (4), 289-301.